

# PLAN UPRAVLJANJA ODRŽIVOM TURISTIČKOM DESTINACIJOM

Turistička zajednica Grada Čakovca

Turistička zajednica Grada Preloga – Dravsko blago

Turistička zajednica Općine Štrigova

Turistička zajednica Općine Sveti Martin na Muri

Turistička zajednica Područja Mura i gorice

Turistička zajednica Područja Srce Međimurja

## SADRŽAJ

|                                                                                                                                                                      |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Uvod .....                                                                                                                                                           | 5  |
| 1. Profil Destinacije .....                                                                                                                                          | 8  |
| 2. Analiza stanja .....                                                                                                                                              | 9  |
| 2.1. Usklađivanje sa strateškim dokumentima .....                                                                                                                    | 9  |
| 2.2. Analiza turističkog prometa.....                                                                                                                                | 11 |
| 2.3. Popis turističkih proizvoda i usluga .....                                                                                                                      | 14 |
| 2.4. Smještaj .....                                                                                                                                                  | 16 |
| 2.5. Ugostiteljstvo .....                                                                                                                                            | 19 |
| 2.6. Turističke atrakcije .....                                                                                                                                      | 20 |
| 2.7. Turističke usluge .....                                                                                                                                         | 27 |
| 2.8. Analiza resursne osnove .....                                                                                                                                   | 28 |
| 2.9. Analiza javne turističke infrastrukture .....                                                                                                                   | 29 |
| 2.10. Analiza komunalne infrastrukture .....                                                                                                                         | 32 |
| 2.11. Analiza prometne infrastrukture .....                                                                                                                          | 33 |
| 2.12. Analiza stanja digitalizacije .....                                                                                                                            | 34 |
| 2.13. Analiza stanja pristupačnosti destinacije osobama s posebnim potrebama .....                                                                                   | 35 |
| 2.14. Analiza organiziranosti i dostupnosti usluga u destinaciji (javne usluge i servisi) .....                                                                      | 36 |
| 2.15. Analiza stanja i potreba ljudskih potencijala .....                                                                                                            | 37 |
| 2.16. Analiza komunikacijskih aktivnosti .....                                                                                                                       | 38 |
| 2.17. Analiza konkurencije .....                                                                                                                                     | 39 |
| 2.18. Izvješće o provedenoj analizi stanja .....                                                                                                                     | 42 |
| 3. Potencijal za razvoj i podizanje kvalitete turističkih proizvoda .....                                                                                            | 46 |
| 4. Pokazatelji održivosti na razini destinacije.....                                                                                                                 | 48 |
| 4.1. Obvezni pokazatelji održivosti .....                                                                                                                            | 49 |
| 4.1.1. Obvezni pokazatelji održivosti koji mjere utjecaj turizma na društvene aspekte održivosti ..                                                                  | 50 |
| 4.1.1.1. Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom .....                                                                                                           | 50 |
| 4.1.1.1.1. Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika u vrhu turističke sezone .....                                                                     | 50 |
| 4.1.1.1.2. Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom .....                                                                                                         | 51 |
| 4.1.1.2. Zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja destinacijom .....                                                                                         | 51 |
| 4.1.1.2.1. Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji .....                                                                                                     | 51 |
| 4.1.1.3. Pristupačnost destinacije .....                                                                                                                             | 52 |
| 4.1.1.3.1. Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom .....                                                                                    | 52 |
| 4.1.1.4. Sigurnost destinacije .....                                                                                                                                 | 53 |
| 4.1.1.4.1. Broj organiziranih turističkih ambulanti .....                                                                                                            | 53 |
| 4.1.2. Obvezni pokazatelji održivosti koji mjere utjecaj turizma na okolišne aspekte održivosti ....                                                                 | 54 |
| 4.1.2.1. Upravljanje vodnim resursima.....                                                                                                                           | 54 |
| 4.1.2.1.1. Omjer potrošnje vode po turističkom noćenju u odnosu na prosječnu potrošnju vode po stalnom stanovniku destinacije (izraženo po osobi i po noćenju) ..... | 54 |
| 4.1.2.2. Gospodarenje otpadom.....                                                                                                                                   | 55 |
| 4.1.2.2.1. Omjer količine komunalnog otpada nastale po noćenju turista i količine otpada koje generira stanovništvo u destinaciji (tone) .....                       | 55 |
| 4.1.2.3. Zaštita bioraznolikosti .....                                                                                                                               | 56 |
| 4.1.2.3.1. Udio zaštićenih područja u destinaciji u ukupnoj površini destinacije (ukupno i pojedinačno po kategoriji zaštite) .....                                  | 56 |
| 4.1.2.4. Održivo upravljanje energijom .....                                                                                                                         | 57 |
| 4.1.2.4.1. Omjer potrošnje električne energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju električne energije stalnog stanovništva destinacije .....               | 57 |
| 4.1.2.5. Ublažavanje i prilagodba klimatskim promjenama .....                                                                                                        | 58 |
| 4.1.2.5.1. Uspostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika .....                                                                           | 58 |
| 4.1.3. Obvezni pokazatelji održivosti koji mjere utjecaj turizma na ekonomske aspekte održivosti ..                                                                  | 59 |
| 4.1.3.1. Turistički promet .....                                                                                                                                     | 59 |
| 4.1.3.1.1. Ukupan broj dolazaka turista u mjesecu s najvećim brojem ostvarenih turističkih noćenja ..                                                                | 59 |
| 4.1.3.1.2. Prosječna duljina boravka turista u destinaciji .....                                                                                                     | 60 |

|            |                                                                                                                                                                                          |    |
|------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.1.3.2.   | Poslovanje gospodarskih subjekata u turizmu .....                                                                                                                                        | 61 |
| 4.1.3.2.1. | Broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane .....                                                                                                 | 61 |
| 4.1.3.2.2. | Poslovni prihod gospodarskih subjekata (obveznika poreza na dobit) u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane .....                                              | 62 |
| 4.1.4.     | Obvezni pokazatelji održivosti koji mjere utjecaj turizma na prostorne aspekte održivosti destinacije i organizaciju turizma .....                                                       | 63 |
| 4.1.4.1.   | Turistička infrastruktura .....                                                                                                                                                          | 63 |
| 4.1.4.1.1. | Identifikacija i klasifikacija turističkih atrakcija .....                                                                                                                               | 63 |
| 4.1.4.2.   | Održivo upravljanje destinacijom .....                                                                                                                                                   | 66 |
| 4.1.4.2.1. | Status implementacije aktivnosti iz plana upravljanja destinacijom .....                                                                                                                 | 66 |
| 4.1.4.3.   | Održivo upravljanje prostorom .....                                                                                                                                                      | 68 |
| 4.1.4.3.1. | Broj ostvarenih noćenja u smještajnim objektima destinacije po hektaru izrađenog građevinskog područja JLS .....                                                                         | 68 |
| 5.         | Izračun obveznih pokazatelja prihvatnog kapaciteta destinacije Sv. Marin na Muri .....                                                                                                   | 70 |
| 5.1.       | Institucionalni i strateški okvir .....                                                                                                                                                  | 71 |
| 5.1.1.     | Stav o turizmu kao faktoru povećanja blagostanja stanovnika .....                                                                                                                        | 71 |
| 5.2.       | Smještajni kapaciteti .....                                                                                                                                                              | 72 |
| 5.2.1.     | Omjer broja kreveta u komercijalnom smještaju te kućama i stanovima za odmor u odnosu na 100 stanovnika .....                                                                            | 72 |
| 5.2.2.     | Omjer broja kreveta u nekomercijalnom smještaju u odnosu na 100 stanovnika .....                                                                                                         | 74 |
| 5.2.3.     | Omjer broja smještajnih objekata u domaćinstvu te kućama i stanovima za odmor u odnosu na broj stanova za stalno stanovanje .....                                                        | 75 |
| 5.2.4.     | Broj kreveta u komercijalnom smještaju te kućama i stanovima za odmor na 100 m <sup>2</sup> građevinskog područja naselja .....                                                          | 76 |
| 5.2.5.     | Struktura smještajnih kapaciteta izražena u postotnim udjelima .....                                                                                                                     | 77 |
| 5.3.       | Turistička potražnja .....                                                                                                                                                               | 78 |
| 5.3.1.     | Intenzitet stacionarnog, komercijalnog i nekomercijalnog, turizma kao omjer prosječnog broja turista po stanovniku u vršnim danima turističke sezone .....                               | 78 |
| 5.3.2.     | Nezadovoljstvo radi gužve na ulicama, trgovima, atrakcijama .....                                                                                                                        | 79 |
| 5.4.       | Resursno atrakcijska osnova .....                                                                                                                                                        | 80 |
| 5.4.1.     | Koncentracija materijalnih atrakcija na odabranim područjima destinacije/definiranim zonama .....                                                                                        | 80 |
| 5.4.2.     | Koncentracija ugostiteljskih sadržaja na odabranim područjima destinacije/definiranim zonama .....                                                                                       | 82 |
| 5.4.3.     | Kakvoća voda za kupanje na mjernim stanicama na području destinacije tijekom razdoblja lipanj – rujan u odnosu na ostatak godine (za destinacije za koje je pokazatelj relevantan) ..... | 83 |
| 5.4.4.     | Raspoloživa površina plaže po kupacu u danima vršne turističke sezone, (za destinacije za koje je pokazatelj relevantan) .....                                                           | 83 |
| 5.4.5.     | Kakvoća zraka na mjernim stanicama na području destinacije tijekom razdoblja lipanj – rujan u odnosu na ostatak godine .....                                                             | 83 |
| 5.4.6.     | Uticaj turizma na izgled destinacije .....                                                                                                                                               | 84 |
| 5.4.7.     | Uticaj turizma na korištenje javnog prostora .....                                                                                                                                       | 85 |
| 5.4.8.     | Zadovoljstvo ljepotom i uređenošću mjesta (kulturni i prirodni aspekti) kao i glavnih atrakcija .....                                                                                    | 87 |
| 5.4.9.     | Razina buke u danima vršne turističke sezone u odnosu na ostatak godine u zonama mješovite namjene po danu i noći .....                                                                  | 89 |
| 5.4.10.    | Iritacija razinom buke u vrijeme turističke sezone .....                                                                                                                                 | 90 |
| 5.4.11.    | Uticaj buke na kvalitetu boravka .....                                                                                                                                                   | 91 |
| 5.5.       | Prostor .....                                                                                                                                                                            | 92 |
| 5.5.1.     | Udio stambenih jedinica turističke namjene (komercijalni i nekomercijalni kapaciteti) u ukupnom broju stambenih jedinica .....                                                           | 92 |
| 5.5.2.     | Maksimalni potencijal izgradnje na neizgrađenim i izgrađenim dijelovima građevinskog područja naselja mješovite namjene .....                                                            | 94 |
| 5.5.3.     | Mogućnosti nove stambene izgradnje na neizgrađenim površinama mješovite namjene građevinskog područja naselja .....                                                                      | 96 |
| 5.5.4.     | Uticaj pretvaranja stanova u turističke apartmane na kvalitetu života u destinaciji .....                                                                                                | 98 |
| 5.6.       | Komunalna infrastruktura .....                                                                                                                                                           | 99 |

|                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                  |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 5.6.1.                                                                                                                           | Vršno opterećenje i udio objekata u lancu turizma (hoteli, komercijalni i nekomercijalni smještaj, ugostiteljski objekti i sl. u vršnom opterećenju) – voda .....                | 99  |
| 5.6.2.                                                                                                                           | Vršno opterećenje i udio objekata u lancu turizma (hoteli, komercijalni i nekomercijalni smještaj, ugostiteljski objekti i sl. u vršnom opterećenju) - električna energija ..... | 100 |
| 5.6.3.                                                                                                                           | Broj djelatnika na održavanju javnih površina u odnosu na m <sup>2</sup> javnih površina koje se održavaju .....                                                                 | 102 |
| 5.6.4.                                                                                                                           | Kapaciteti (ljudski i tehnološki) za odvoz otpada .....                                                                                                                          | 103 |
| 5.6.5.                                                                                                                           | Iritacija neprimjereno odloženim otpadom tijekom turističke sezone .....                                                                                                         | 104 |
| 5.7.                                                                                                                             | Prometna infrastruktura .....                                                                                                                                                    | 105 |
| 5.7.1.                                                                                                                           | Procjena (ekspertna) kapaciteta prometne infrastrukture u odnosu na volumen prometa na odabranim pravcima/točkama u danima vršne turističke sezone .....                         | 105 |
| 5.7.2.                                                                                                                           | Procjena kapaciteta i iskorištenosti parkirališta u razdoblju vršne turističke sezone (8.2.) ....                                                                                | 107 |
| 5.7.3.                                                                                                                           | Iritacija gužvom u prometu tijekom turističke sezone .....                                                                                                                       | 108 |
| 5.7.4.                                                                                                                           | Zadovoljstvo prometom u mjestu .....                                                                                                                                             | 109 |
| 5.8.                                                                                                                             | Stanovništvo i kvaliteta života .....                                                                                                                                            | 111 |
| 5.8.1.                                                                                                                           | Kretanje broja stanovnika u (posljednjem) desetogodišnjem razdoblju .....                                                                                                        | 111 |
| 5.8.2.                                                                                                                           | Iritacija gužvom i specifično gužvama na ulicama/javnim površinama .....                                                                                                         | 112 |
| 5.8.3.                                                                                                                           | Indeks priuštivosti stana (na razini destinacije).....                                                                                                                           | 113 |
| 5.9.                                                                                                                             | Zaposlenost, gospodarstvo i važnost turizma .....                                                                                                                                | 114 |
| 5.9.1.                                                                                                                           | Raspoloživost dodatne radne snage (stopa nezaposlenosti; broj izdanih radnih dozvola po mjesecima) .....                                                                         | 114 |
| 5.10.                                                                                                                            | Procjena dostignute razine prihvatnog kapaciteta analiza scenarija .....                                                                                                         | 115 |
| 5.11.                                                                                                                            | Analiza scenarija .....                                                                                                                                                          | 116 |
| 5.12.                                                                                                                            | Zaključak i preporuke.....                                                                                                                                                       | 116 |
| 6.                                                                                                                               | Razvojni smjer s mjerama i aktivnostima potrebnim za njegovo ostvarenje .....                                                                                                    | 118 |
| 6.1.                                                                                                                             | SWOT analiza .....                                                                                                                                                               | 118 |
| 6.2.                                                                                                                             | Identificiranje općih načela i ciljeva turizma .....                                                                                                                             | 119 |
| 6.3.                                                                                                                             | Oblikovanje strateškog pravca i prioriteta .....                                                                                                                                 | 121 |
| 6.4.                                                                                                                             | Identificiranje ciljeva.....                                                                                                                                                     | 123 |
| 6.5.                                                                                                                             | Mjere i aktivnosti .....                                                                                                                                                         | 125 |
| 7.                                                                                                                               | Prijedlog smjernica i preporuka za razvoj ili unaprjeđenje destinacije.....                                                                                                      | 135 |
| 7.1.                                                                                                                             | Smjernice i preporuke za jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave .....                                                                                               | 135 |
| 7.2.                                                                                                                             | Smjernice i preporuke za turističke zajednice .....                                                                                                                              | 135 |
| 7.3.                                                                                                                             | Smjernice i preporuke za druge dionike u turizmu i upravljanju turizmom u destinaciji .....                                                                                      | 136 |
| 8.                                                                                                                               | Popis projekata .....                                                                                                                                                            | 137 |
| 8.1.                                                                                                                             | Popis projekata koji pridonose provedbi mjera potrebnih za doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti na razini destinacije .....                                                | 137 |
| 8.2.                                                                                                                             | Popis projekata od posebnog značaja za razvoj destinacije .....                                                                                                                  | 137 |
| Prilog 1.                                                                                                                        | .....                                                                                                                                                                            | 138 |
| Popis projekata koji pridonose provedbi mjera potrebnih za doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti na razini destinacije..... |                                                                                                                                                                                  | 138 |
| Prilog 2.                                                                                                                        | .....                                                                                                                                                                            | 138 |
| Popis projekata od posebnog značaja za razvoj destinacije .....                                                                  |                                                                                                                                                                                  | 138 |
| Prilog 3.                                                                                                                        | .....                                                                                                                                                                            | 139 |
| Indeksi turističke razvijenosti po JLS .....                                                                                     |                                                                                                                                                                                  | 139 |
| Prilog 4.                                                                                                                        | .....                                                                                                                                                                            | 143 |
| Popis javne turističke infrastrukture .....                                                                                      |                                                                                                                                                                                  | 143 |
| Popis tablica.....                                                                                                               |                                                                                                                                                                                  | 149 |
| Popis slika .....                                                                                                                |                                                                                                                                                                                  | 151 |
| Popis grafikona .....                                                                                                            |                                                                                                                                                                                  | 151 |

## Uvod

Plan upravljanja destinacijom udruženih lokanih turističkih zajednica na području međimurske županije (u nastavku dokumenta: Destinacija) ključni je strateški dokument koji definira smjernice za sustavan, održiv i dugoročno usmjeren razvoj turizma na području Destinacije.

U okviru ovog plana, destinacija obuhvaća sva područja djelovanja lokalnih turističkih zajednica na području Međimurske županije. To su:

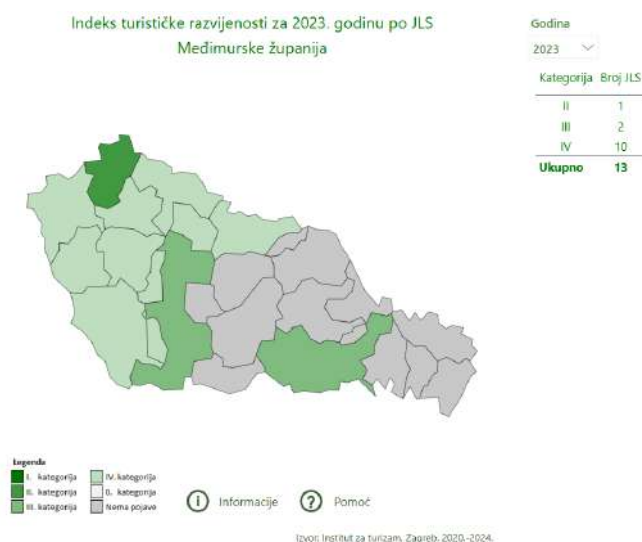
- Turistička zajednica Grada Čakovca
- Turistička zajednica Grada Preloga – Dravsko blago
- Turistička zajednica Općine Štrigova
- Turistička zajednica Općine Sveti Martin na Muri
- Turistička zajednica Područja Mura i gorice
- Turistička zajednica Područja Srce Međimurja

Uvodno je potrebno istaknuti kako se radi o području 13 JLS-a jer se unutar destinacije nalaze dvije Turističke zajednice područja:

- Turistička zajednica Područja Mura i gorice:
  - Grad Mursko Središće
  - Općina Selnica
  - Općina Vratišinec
  - Općina Podturen
- Turistička zajednica Područja Srce Međimurja:
  - Općina Nedelišće
  - Općine Sveti Juraj na Bregu
  - Općina Gornji Mihaljevec
  - Općina Šenkovec
  - Općina Strahoninec

U svom obuhvatu za potrebe izrade ovog Plana destinacija je definirana na regionalnoj koordinaciji turističkih zajednica Međimurske županije. Plan upravljanja, izrađuje se za opisani obuhvat te će sadržavati i prihvatni kapacitet za Općinu Sveti Martin na Muri koja se nalazi u razredu II. Indeksa turističke razvijenosti.

Slika 1. Indeks turističke razvijenosti za 2023. godinu



Glavna svrha ovog plana je usmjeravanje turističkog razvoja u skladu s načelima održivosti, pri čemu se:

- uvažavaju potrebe i očekivanja lokalnog stanovništva,

- osigurava kvalitetno i autentično iskustvo za posjetitelje,
- te se štite i valoriziraju prirodni krajolik, kulturna baština i okoliš.

Plan se temelji na:

- važećim strateškim, prostornim i razvojnim dokumentima Republike Hrvatske, Međimurske županije, istim dokumentima lokalnih turističkih zajednica na području Međimurske županije te jedinicama lokalne samouprave koje se nalaze u obuhvatu destinacije,
- kao i na odredbama Zakona o turizmu (NN 156/23) i pratećih podzakonskih akata, koji naglašavaju potrebu koordiniranog djelovanja između ključnih dionika na području destinacije.

Upravljanje destinacijom podrazumijeva zajedničku viziju, međusektorsku suradnju te uključivanje svih relevantnih dionika u proces planiranja, provedbe i praćenja učinaka turističkih aktivnosti.

Plan upravljanja destinacijom predstavlja strateški alat kojim se usmjerava razvoj turizma na načelima dugoročne održivosti, ravnoteže između gospodarskih interesa, očuvanja resursa i kvalitete života lokalnog stanovništva. Njegova svrha je stvaranje jasno definiranih smjernica koje omogućuju učinkovito upravljanje turističkim potencijalima, jačanje suradnje među različitim dionicima i osiguranje podloge za strateško odlučivanje.

Kroz sustavan pristup, plan omogućuje nadzor nad turističkim razvojem destinacije, prilagodbu planova promjenama u okruženju te evaluaciju učinkovitosti poduzetih mjera. U središtu dokumenta nalazi se analiza postojećeg stanja, identifikacija razvojnih potencijala i ograničenja, te vrednovanje snaga, slabosti, mogućnosti i prijetnji.

Poseban naglasak stavlja se na uravnoteženo uključivanje lokalnih zajednica, gospodarstvenika, institucija i posjetitelja u procese oblikovanja turističkog identiteta. Time se potiče kreiranje atraktivnih i autentičnih sadržaja, uz očuvanje kulturnih vrijednosti i prirodnih resursa.

Plan se izrađuje kroz transparentan i inkluzivan proces, utemeljen na konzultacijama s ključnim dionicima i primjeni suvremenih metodoloških pristupa. Definirani razvojni ciljevi operacionalizirani su kroz mjere i aktivnosti koje se integriraju u Akcijski plan, čime se osigurava provedbena razina dokumenta.

U skladu s nacionalnim zakonodavnim okvirom i smjernicama sektorskih institucija, ovaj dokument je prilagođen stvarnim potrebama i specifičnostima destinacije (UTZM). Njegova sveobuhvatnost omogućuje učinkovito pozicioniranje destinacije na tržištu i privlačenje investicija.

Metodološki okvir plana uključuje:

1. Fazni razvojni model koji se temelji na tri ključna pitanja:
  - Trenutna situacija i kontekst
  - Vizija budućeg razvoja
  - Put prema realizaciji vizije

Na toj osnovi strukturiraju se sljedeće cjeline:

- Analitički pregled resursa i postojećeg stanja
- Postavljanje mjerila održivosti
- Formulacija strateških prioriteta i definicija operativnih mjera

Svaka faza evaluira se u suradnji s naručiteljem kako bi se osigurala kvaliteta i usklađenost.

## 2. Tehnički pristupi planiranju

### a. Analiza dostupnih podataka:

- uvid u postojeću dokumentaciju i prostorne planove
- proučavanje trendova i performansi u turizmu

### b. Terenski rad:

- upoznavanje s destinacijom na terenu
- bilježenje prostorno-razvojnih karakteristika
- procjena stvarnih kapaciteta i stanja infrastrukture

### c. Dijalog s ključnim akterima:

- provođenje strukturiranih razgovora
- definiranje zajedničkih interesa i izazova

### d. Uključivanje u lokalne mehanizme koordinacije

### e. Istraživanje javnog mijenja kroz ankete:

- ispitivanje percepcije turizma među stanovnicima i gostima

Cjelovit metodološki pristup osigurava utemeljene strateške smjernice te omogućuje njihovu učinkovitu primjenu u praksi, s naglaskom na međusektorsku suradnju i lokalno vlasništvo nad razvojnim procesima. Struktura dokumenta (Plana upravljanja) u najvećoj mogućoj mjeri prilagođena je i usklađena sa Smjernicama za uputu i izradu plana upravljanja destinacijom koje je Ministarstvo turizma i sporta izradilo kao prateći dokument cjelokupnog zakonskog okvira koji uređuje upravljanje razvojem turizma u destinaciji (Zakon o turizmu (NN 156/23) i prateći podzakonski akti). Na navedeni način omogućuje se lakše praćenje i koordiniranje upravljanja razvojem turizma svih razina zainteresiranim institucijama i tijelima te Ministarstvu turizma i sporta.

## 1. Profil Destinacije

| Kategorija                                             | Podaci                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|--------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Lokacija</b>                                        | <p>Područje lokalnih Turističkih zajednica na području Međimurske županije:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Turistička zajednica Grada Čakovca</li> <li>• Turistička zajednica Grada Preloga – Dravsko blago</li> <li>• Turistička zajednica Općine Štrigova</li> <li>• Turistička zajednica Općine Sveti Martin na Muri</li> <li>• Turistička zajednica Područja Mura i gorice</li> <li>• Turistička zajednica Područja Srce Međimurja</li> <li>• Turistička zajednica Područja Mura i gorice: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Grad Mursko Središće</li> <li>○ Općina Selnica</li> <li>○ Općina Vratišinec</li> <li>○ Općina Podturen</li> </ul> </li> <li>• Turistička zajednica Područja Srce Međimurja: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Općina Nedelišće</li> <li>○ Općine Sveti Juraj na Bregu</li> <li>○ Općina Gornji Mihaljevec</li> <li>○ Općina Šenkovec</li> <li>○ Općina Strahoninec</li> </ul> </li> </ul> |
| <b>Prometna povezanost</b>                             | Vrlo dobro povezano zahvaljujući položaju na sjecištu važnih cestovnih i željezničkih pravaca, neposrednoj blizini autoceste A4 (Zagreb – Budimpešta), graničnim prijelazima prema Sloveniji i Mađarskoj te blizini međunarodnih zračnih luka u Zagrebu, Grazu i Budimpešti.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>Udaljenost od glavnog grada i emitivnih tržišta</b> | Od centra Zagreba udaljena oko 100 km; od Ljubljane oko 200 km, Budimpešte oko 260 km, Beča oko 250 km.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Geografska obilježja</b>                            | Vrlo dobro povezano zahvaljujući položaju na sjecištu važnih cestovnih i željezničkih pravaca, neposrednoj blizini autoceste A4 (Zagreb – Budimpešta), graničnim prijelazima prema Sloveniji i Mađarskoj te blizini međunarodnih zračnih luka u Zagrebu, Grazu i Budimpešti.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>Klimatska obilježja</b>                             | Umjereno kontinentalna klima s toplim ljetima, hladnim zimama, ravnomjerno raspoređenim oborinama tijekom godine te izraženim godišnjim dobima.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Broj stalnih stanovnika</b>                         | 75.570                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Broj turista</b>                                    | 95.947 dolazaka                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Prosječna duljina boravka</b>                       | 2,29 noćenja                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>Turistički kapaciteti</b>                           | Ukupno 2.440 kreveta (2024.), većinom u hotelima i privatnom smještaju.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Ugostiteljski sadržaji</b>                          | Na području destinacije u 2024. godini djeluje 414 ugostiteljskih objekata koji pružaju usluge pripreme i posluživanja hrane i pića.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>Najpopularnije turističke atrakcije</b>             | Najpopularnije turističke atrakcije Međimurja uključuju povijesni Stari grad Čakovec s Muzejom Međimurja, panoramski vidikovac Mađerkin breg s pogledom na tri države, wellness i sportske sadržaje u Terme Sveti Martin, tradicijski Mlin na Muri, slikovite vinske ceste gornjeg Međimurja te prirodne krajolike uz rijeke Muru i Dravu, idealne za cikloturizam i aktivni odmor.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Glavni turistički proizvodi</b>                     | Zdravstveni i wellness turizam (predvođen ponudom Terme Sveti Martin), eno-gastronomija i vinske ceste gornjeg Međimurja, aktivni turizam uz rijeke Muru i Dravu (cikloturizam, pješaćenje, kajak), kulturna baština te ruralni i održivi turizam temeljen na očuvanoj prirodi i tradiciji.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Prostor – turističke zone i površine</b>            | Prostor Međimurja obilježen je jasno definiranim turističkim zonama poput područja uz Terme Sveti Martin, vinskih brežuljaka Štrigove i Mađerkinog brega, rekreacijskih zona uz rijeke Muru i Dravu te urbanog kulturnog središta oko Stari grad Čakovec, uz naglasak na očuvane prirodne i ruralne površine koje čine temelj održivog turističkog razvoja.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Turistička infrastruktura</b>                       | Čine ju kvalitetni hotelski i wellness kapaciteti poput Terme Sveti Martin, brojni privatni smještaj i ruralne kuće za odmor, razvijena mreža biciklističkih i pješačkih staza uz Muru i Dravu, uređene vinske ceste, interpretacijski centri te kulturne ustanove poput kompleksa Stari grad Čakovec.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |

## 2. Analiza stanja

### 2.1. Usklađivanje sa strateškim dokumentima

U sklopu provođenja sekundarnih istraživanja razmatrani su svi ključni strateški dokumenti koji definiraju turizam destinacije bilo da se radi o vašim dokumentima ili nevažećim, odnosno prilikom izrade Plana upravljanja analizirani su postojeći strateški dokumenti na koje se plan upravljanja u svojim elementima poziva u mjeri u kojoj je to moguće te oportuno. Dokumenti koji su uvaženi prilikom izrade Plana upravljanja su:

- Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine (NN 2/2023) i Nacionalni plan razvoja održivog turizma 2021. – 2027.
- Strateški marketinški i operativni plan hrvatskog turizma za razdoblje 2023. – 2027. (SMOPHT)
- Masterplan razvoja turizma Međimurske županije do 2020. godine
- Strateški marketing plan turizma Međimurske županije 2014. - 2020.
- Operativni plan razvoja cikloturizma Međimurske županije do 2020. godine
- Operativni marketing plan Ekomuzeja Međimurje za razdoblje 2022. - 2027.
- Operativni plan razvoja Međimurske vinske ceste za razdoblje 2022. - 2027.
- Regionalni plan održivosti za Međimursku županiju
- TOMAS Hrvatska 2022./2023. Stavovi i potrošnja turista u hrvatskoj, Obilježja turističke potražnje u Međimurskoj županiji
- Strateški razvojni program Općine Sveti Martin na Muri do 2020.
- Strategija razvoja turizma Općine Štrigova 2020-2027.g.
- Razvojna strategija općine Gornji Mihaljevec 2016.-2020.
- Provedbeni program Općine Nedelišće za razdoblje 2022. – 2025.
- Nedelišće – pametna općina 2027., Plan razvoja općine za razdoblje 2021. – 2027. g.
- Nedelišće – pametna općina, Plan razvoja općine za razdoblje 2021. – 2027. Katalog razvojnih projekata 2021-2027.
- Akcijski plan energetski i klimatski održivog razvitka Općine Nedelišće (Sustainable Energy and Climate Action Plan - SECAP)
- Strategija razvoja pametne općine Strahoninec za razdoblje 2021. – 2027. g.
- Provedbeni program općine Strahoninec za razdoblje 2021. – 2025. godine
- Strateški razvojni plan Grada Mursko Središće 2024.-2031.
- Strateški razvojni plan Općine Vratišinec 2023-2029.
- Strategija razvoja Općine Podturen
- Strateški plan općine Selnica
- Strateški razvojni program Općine Šenkovec 2016. – 2020.
- Program ukupnog razvoja Općine Sveti Juraj na Bregu za razdoblje 2014. g. – 2020. g.
- Sveti Juraj na Bregu – Pametna općina 2027. Strateški koncept razvoja Općine za razdoblje 2021-2027.g., Strateški koncept razvoja Općine za razdoblje 2021-2027. g.
- Operativni marketing plan Općine Nedelišće
- Strategija razvoja Grada Preloga 2018.-2028.
- Provedbeni program Grada Preloga za razdoblje od 2022.-2025. godine
- Nacrt programskih aktivnosti Strateškog plana gospodarskog razvitka Grada Preloga
- Strategija izjednačavanja mogućnosti za osobe s invaliditetom na području Grada Preloga za period od 2020. do 2025. godine
- Lokalna razvojna strategija LAG-a Mura-Drava za razdoblje 2023. – 2027.
- Godišnji programi rada i godišnja financijska izvješća turističkih zajednica

Tijekom izrade ovog dokumenta uzete su u obzir sve relevantne smjernice, elementi te čimbenici iz strateških dokumenata bez obzira na razdoblje važenja istih.

Prostorno-planski dokumenti na razini županije i lokalnih jedinica podržavaju razvoj održivog turizma kroz: izgradnju kampova i vidikovaca, ruralni smještaj, eno-gastronomске i wellness sadržaje (Sveti Martin na

Muri), sport i rekreaciju (trim staze, bike ruta). Čakovec ima jasno definirane zone za ugostiteljsku i turističku namjenu uz komunalne standarde i zelene pojaseve.

## 2.2. Analiza turističkog prometa

Uvidom u ostvoreni turistički promet u 2024. godini vidljivo je kako destinacija bilježi snažnu dominaciju domaćeg tržišta, uz istovremeno stabilnu prisutnost gostiju iz bližih europskih zemalja. Struktura turističkog prometa ukazuje na kombinaciju kraćih i duljih boravaka, pri čemu pojedina tržišta ostvaruju veći udio noćenja u odnosu na dolaske, što jasno upućuje na razlike u prosječnom trajanju boravka.

Najznačajnije emitivno tržište je Hrvatska, s ostvarenih 53.942 dolazaka (56,22%) i 110.634 noćenja (50,25%). Domaći gosti čine više od polovice ukupnog turističkog prometa, uz prosječno trajanje boravka od oko 2,05 noćenja po dolasku, što upućuje na pretežito kraće boravke. Ovakva struktura osigurava stabilnost potražnje, ali istovremeno ukazuje na potrebu za daljnjom internacionalizacijom tržišta.

Slovenija se ističe kao najvažnije inozemno tržište s 14.332 dolazaka (14,94%) i 34.137 noćenja (15,50%), uz prosječan boravak od oko 2,38 noćenja po dolasku. Riječ je o tržištu koje, uz geografsku blizinu i dobru prometnu povezanost, generira stabilan i kontinuiran turistički promet.

Poljska i Austrija predstavljaju stabilna srednjoeuropska tržišta. Poljska ostvaruje 4.701 dolazak (4,90%) i 10.567 noćenja (4,80%), uz prosječno trajanje boravka od 2,25 noćenja, dok Austrija bilježi 3.813 dolazaka (3,97%) i 8.167 noćenja (3,71%), uz prosječno 2,14 noćenja. Kod oba tržišta vidljiv je uravnotežen odnos dolazaka i noćenja, što ukazuje na stabilne obrasce turističkog ponašanja.

Njemačka se izdvaja kao tržište s duljim boravkom – iako ostvaruje 3.536 dolazaka (3,69%), bilježi čak 13.072 noćenja (5,94%), što rezultira prosječnim trajanjem od 3,70 noćenja po dolasku. Ovakav obrazac ukazuje na veću vrijednost po gostu i značajan potencijal za daljnji razvoj turističke ponude usmjerene na duže boravke.

Sličan trend, iako u manjem opsegu, prisutan je i kod talijanskog tržišta, koje ostvaruje 1.317 dolazaka (1,37%) i 4.333 noćenja (1,97%), uz prosječno trajanje boravka od 3,29 noćenja, što također upućuje na sklonost duljem zadržavanju u destinaciji.

S druge strane, tržišta poput Češke i Slovačke karakterizira nešto kraći boravak. Češka ostvaruje 1.783 dolaska (1,86%) i 3.487 noćenja (1,58%), uz prosjek od 1,96 noćenja, dok Slovačka bilježi 1.893 dolaska (1,97%) i 3.139 noćenja (1,43%), odnosno 1,66 noćenja po dolasku.

Sličan obrazac vidljiv je i kod Mađarske (1.546 dolazaka i 3.286 noćenja; 2,13 noćenja) te Bosne i Hercegovine (1.274 dolaska i 3.064 noćenja; 2,41 noćenja), gdje je prisutan kontinuiran dolazak gostiju, ali s relativno kraćim zadržavanjem u destinaciji.

Zaključno, struktura turističkog prometa pokazuje snažnu orijentaciju na domaće i regionalno tržište, uz jasno izražen potencijal tržišta poput Njemačke i Italije koja ostvaruju dulji prosječni boravak. Upravo ta tržišta predstavljaju ključnu priliku za povećanje ukupne turističke potrošnje i daljnji razvoj destinacije kroz ponudu sadržaja koji potiču dulji boravak gostiju.

Tablica 1. Turistički promet u 2024. godini po zemljama porijekla turista

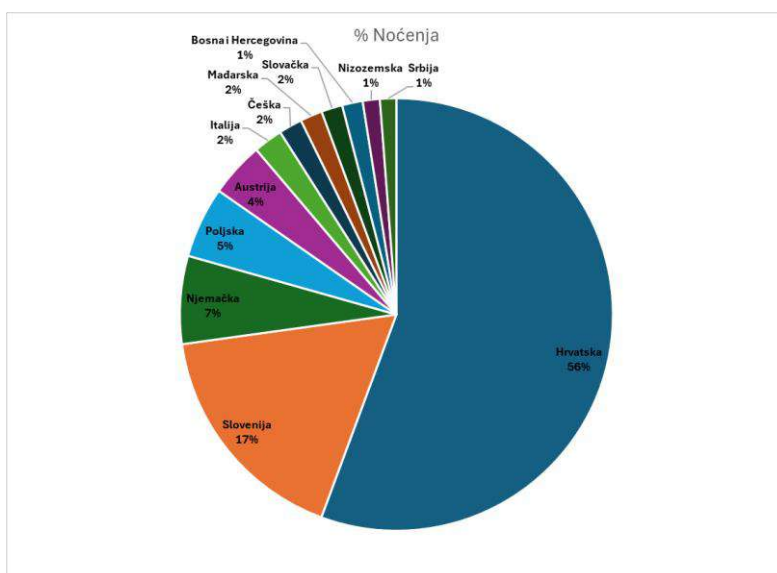
| Država                                | Dolasci 2024 | Noćenja 2024 | % Dolasci | % Noćenja |
|---------------------------------------|--------------|--------------|-----------|-----------|
| Albanija                              | 31           | 73           | 0,03%     | 0,03%     |
| Argentina                             | 18           | 58           | 0,02%     | 0,03%     |
| Australija                            | 119          | 334          | 0,12%     | 0,15%     |
| Austrija                              | 3.813        | 8.167        | 3,97%     | 3,71%     |
| Belgija                               | 363          | 1.996        | 0,38%     | 0,91%     |
| Bjelorusija                           | 18           | 109          | 0,02%     | 0,05%     |
| Bosna i Hercegovina                   | 1.274        | 3.064        | 1,33%     | 1,39%     |
| Brazil                                | 40           | 414          | 0,04%     | 0,19%     |
| Bugarska                              | 198          | 665          | 0,21%     | 0,30%     |
| Cipar                                 | 19           | 74           | 0,02%     | 0,03%     |
| Crna Gora                             | 90           | 192          | 0,09%     | 0,09%     |
| Češka                                 | 1.783        | 3.487        | 1,86%     | 1,58%     |
| Čile                                  | 2            | 2            | 0,00%     | 0,00%     |
| Danska                                | 162          | 552          | 0,17%     | 0,25%     |
| Estonija                              | 37           | 78           | 0,04%     | 0,04%     |
| Finska                                | 35           | 138          | 0,04%     | 0,06%     |
| Francuska                             | 320          | 983          | 0,33%     | 0,45%     |
| Grčka                                 | 38           | 350          | 0,04%     | 0,16%     |
| Hong Kong, Kina                       | 3            | 3            | 0,00%     | 0,00%     |
| Hrvatska                              | 53.942       | 110.634      | 56,22%    | 50,25%    |
| Indija                                | 60           | 160          | 0,06%     | 0,07%     |
| Indonezija                            | 2            | 6            | 0,00%     | 0,00%     |
| Irska                                 | 60           | 246          | 0,06%     | 0,11%     |
| Island                                | 5            | 18           | 0,01%     | 0,01%     |
| Italija                               | 1.317        | 4.333        | 1,37%     | 1,97%     |
| Izrael                                | 30           | 98           | 0,03%     | 0,04%     |
| Japan                                 | 69           | 336          | 0,07%     | 0,15%     |
| Jordan                                | 7            | 31           | 0,01%     | 0,01%     |
| Južnoafrička Republika                | 9            | 46           | 0,01%     | 0,02%     |
| Kanada                                | 96           | 275          | 0,10%     | 0,12%     |
| Kazahstan                             | 20           | 65           | 0,02%     | 0,03%     |
| Kina                                  | 135          | 589          | 0,14%     | 0,27%     |
| Koreja, Republika                     | 129          | 432          | 0,13%     | 0,20%     |
| Kosovo                                | 90           | 237          | 0,09%     | 0,11%     |
| Kuvajt                                | 32           | 455          | 0,03%     | 0,21%     |
| Letonija                              | 34           | 64           | 0,04%     | 0,03%     |
| Lihtenštajn                           | 2            | 7            | 0,00%     | 0,00%     |
| Litva                                 | 81           | 152          | 0,08%     | 0,07%     |
| Luksemburg                            | 13           | 54           | 0,01%     | 0,02%     |
| Mađarska                              | 1.546        | 3.286        | 1,61%     | 1,49%     |
| Makao, Kina                           | 3            | 42           | 0,00%     | 0,02%     |
| Makedonija                            | 125          | 464          | 0,13%     | 0,21%     |
| Malta                                 | 8            | 18           | 0,01%     | 0,01%     |
| Maroko                                | 10           | 37           | 0,01%     | 0,02%     |
| Meksiko                               | 2            | 4            | 0,00%     | 0,00%     |
| Nizozemska                            | 560          | 2.529        | 0,58%     | 1,15%     |
| Norveška                              | 116          | 484          | 0,12%     | 0,22%     |
| Novi Zeland                           | 9            | 14           | 0,01%     | 0,01%     |
| Njemačka                              | 3.536        | 13.072       | 3,69%     | 5,94%     |
| Ostale afričke zemlje                 | 90           | 330          | 0,09%     | 0,15%     |
| Ostale azijske zemlje                 | 188          | 1.486        | 0,20%     | 0,67%     |
| Ostale europske zemlje                | 44           | 228          | 0,05%     | 0,10%     |
| Ostale zemlje Južne i Srednje Amerike | 31           | 73           | 0,03%     | 0,03%     |
| Ostale zemlje Oceanije                | 2            | 12           | 0,00%     | 0,01%     |
| Ostale zemlje Sjeverne Amerike        | 23           | 205          | 0,02%     | 0,09%     |
| Poljska                               | 4.701        | 10.567       | 4,90%     | 4,80%     |
| Portugal                              | 97           | 472          | 0,10%     | 0,21%     |
| Rumunjska                             | 669          | 1.340        | 0,70%     | 0,61%     |
| Rusija                                | 85           | 168          | 0,09%     | 0,08%     |

|                            |               |                |                |                |
|----------------------------|---------------|----------------|----------------|----------------|
| SAD                        | 284           | 963            | 0,30%          | 0,44%          |
| Slovačka                   | 1.893         | 3.139          | 1,97%          | 1,43%          |
| Slovenija                  | 14.332        | 34.137         | 14,94%         | 15,50%         |
| Srbija                     | 1.185         | 2.431          | 1,24%          | 1,10%          |
| Španjolska                 | 129           | 386            | 0,13%          | 0,18%          |
| Švedska                    | 119           | 325            | 0,12%          | 0,15%          |
| Švicarska                  | 315           | 962            | 0,33%          | 0,44%          |
| Tajland                    | 1             | 3              | 0,00%          | 0,00%          |
| Tajvan, Kina               | 17            | 97             | 0,02%          | 0,04%          |
| Tunis                      | 3             | 28             | 0,00%          | 0,01%          |
| Turska                     | 107           | 518            | 0,11%          | 0,24%          |
| Ujedinjena Kraljevina      | 329           | 1.378          | 0,34%          | 0,63%          |
| Ujedinjeni Arapski Emirati | 44            | 518            | 0,05%          | 0,24%          |
| Ukrajina                   | 847           | 1.496          | 0,88%          | 0,68%          |
| <b>UKUPNO</b>              | <b>95.946</b> | <b>220.189</b> | <b>100,00%</b> | <b>100,00%</b> |

Izvor: TZ Međimurske županije, Obrada YouAre d.o.o.

Najveći udio u turističkom prometu ostvaruju domaći turisti, uz značajan doprinos tržišta Slovenije (15,50%) i Njemačke (5,94%) kad je riječ o noćenjima. Austrija, Poljska, Češka i Slovačka također su važna tržišta, ali s nešto manjim udjelima. Ovi podaci ukazuju na potrebu daljnje prilagodbe ponude za najzastupljenija tržišta i potencijalnu diverzifikaciju promocije prema tržištima s višim udjelom noćenja.

Grafikon 1. Struktura noćenja u 2024. godini

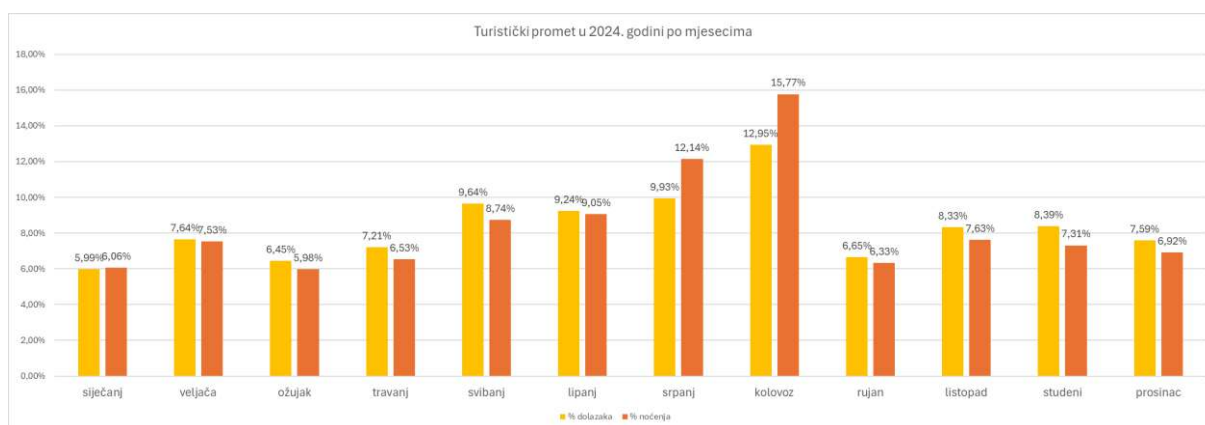


Izvor: TZ Međimurske županije, Obrada YouAre d.o.o.

Analizirajući prikazani grafikon „Turistički promet u 2024. godini po mjesecima“, možemo detaljno sagledati sezonalnost kroz cijelu godinu — posebno osvrćući se na udjele dolazaka i noćenja po mjesecima te uočavajući razlike među njima.

Kolovoz je apsolutni vrhunac s najviše noćenja (15,77%) i dolazaka (12,95%), slijedi ga srpanj. Sezonalnost je izražena, ali ravnoteža dolazaka i noćenja u mjesecima poput lipnja, rujna i listopada pokazuje potencijal za produženje turističke sezone. Zimski mjeseci bilježe stabilan promet, ali s potencijalom za dodatni razvoj kroz specijalizirane proizvode (npr. zdravlje, kultura, manifestacije).

Grafikon 2. Turistički promet po mjesecima u 2024. godina



Izvor: TZ Međimurske županije, Obrada YouAre d.o.o.

### 2.3. Popis turističkih proizvoda i usluga

Turistička ponuda Međimurske županije oblikovana je kao raznolik i komplementaran sustav proizvoda koji odgovara suvremenim trendovima potražnje, ali i specifičnostima prostora, prirodnim resursima i kulturnoj baštini. Temelje takvog razvoja postavio je Strateški marketing plan turizma Međimurske županije 2014.–2020., koji je jasno definirao ključne pravce profiliranja destinacije te omogućio sustavno oblikovanje prepoznatljivih turističkih proizvoda.

Međimurje se danas pozicionira kao destinacija aktivnog odmora, zdravlja i autentičnih doživljaja, s naglaskom na kvalitetu, održivost i lokalni identitet. Upravo kombinacija wellnesa, eno-gastronomije, prirodnih aktivnosti i kulturne baštine stvara uravnoteženu ponudu koja privlači različite ciljne skupine – od obitelji i rekreativaca do gurmana i poslovnih gostiju.

U nastavku su prikazane glavne kategorije turističkih proizvoda koje čine okosnicu turističke ponude Međimurja, uz njihov kratak opis i ključne karakteristike.

#### 1. Zdravstveni i wellness turizam

- Temeljen na Termama Sv. Martin, koje su ključna destinacija za višednevni boravak i nude termalne bazene, wellness, saune, lječilište i konferencijske sadržaje.
- Pozicioniran kao "svijet zdravih užitaka" i „prvi healthness resort u Europi“, atraktivan za domaće i strane goste.

#### 2. Eno-gastronomija

- Međimurska vinska cesta – povezuje 40 vinara, restorane i smještajne objekte. Ističe se zaštićena robna marka pušipel.
- Bogata lokalna kuhinja: "meso z tiblice", turoš, gibanicama, zlevkama.
- Restorani poput „Male hiže“ svrstani među najbolje u Hrvatskoj.

#### 3. Aktivni odmor i cikloturizam

- Razvijena mreža biciklističkih staza (Mura-Drava Bike, Pušipelova staza itd.), planinarskih i tematskih staza.
- Sportovi u prirodi, rafting, nordijsko hodanje, pješačenje.
- Golf igralište, adrenalinski park Accredo, karting staza, letjelište,
- poučna eko turistička pješačko biciklistička staza Svetomartinska Mura.

#### 4. Kulturni turizam

- Kulturno-povijesne znamenitosti: Stari grad Čakovec, crkva Sv. Jeronima u Štrigovi, mlin u Sv. Martinu na Muri.
- Muzeji: Muzej Međimurja, Spomen dom rudarstva Cimper, Centar dr. Rudolfa Steinera, Spomen dom rudarstva Cimper, Spomen park naftaštva Peklenica, Old timer muzej Šardi, etnografske zbirke u Gornjem Kraljevcu i Podturnu
- .

#### 5. Manifestacije i događanja

- Značajne manifestacije: Urbanovo (festival vina), Porcijunkulovo (glazba i gastronomija), Martinje, Vincekov pohod, Fašnik, Ljeto uz Muru u Murskom Središću, Murski cimeri, Festival pučke drame, Dani turizma Općine Sveti Martin na Muri, Martinje, Festival rimske kulture, Festival američkih automobila Trash and burn, Svetomartinski krampuslauf.
- Događaji oživljavaju lokalne tradicije i privlače posjetitelje tijekom cijele godine.
- Seoski, tradicijski i obiteljski turizam
- “Cesta tradicije” – radionice starih zanata i mogućnost uključivanja posjetitelja.
- Poseban naglasak na OPG-ove s kušaonicama, domaćom hranom i smještajem.

#### 6. Sportski turizam

- Sport Hub, sportski objekti (SRC Mladost), dvorane, speedway stadion, paintball, streličarstvo, Street workout event na Šetnici svete Barbare.

#### 7. Poslovni turizam

- Konferencijske dvorane u Termama Sv. Martin i hotelima (npr. Hotel Park, Hotel Panorama).
- Pogodan za sastanke, seminare i korporativne team buildinge.

## 2.4. Smještaj

Tablica 2. Smještajni objekti prema vrstama na području obuhvata 2024. godina

| Objekt - vrsta                                                           | Broj smještajnih jedinica |            | Broj kreveta | Broj dodatnih kreveta | Udio kreveta % |
|--------------------------------------------------------------------------|---------------------------|------------|--------------|-----------------------|----------------|
|                                                                          | Broj objekata             |            |              |                       |                |
| Hoteli                                                                   | 6                         | 355        | 700          | 0                     | 29             |
| Kampovi                                                                  | 1                         | 25         | 75           | 0                     | 3              |
| Nekomercijalni smještaj                                                  | 25                        | 26         | 47           | 0                     | 2              |
| Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)                                 | 9                         | 22         | 49           | 4                     | 2              |
| Objekti u domaćinstvu                                                    | 145                       | 193        | 567          | 156                   | 23             |
| Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi) | 56                        | 345        | 986          | 36                    | 41             |
| Restorani                                                                | 1                         | 4          | 6            | 0                     | 0              |
| <b>Ukupni zbroj</b>                                                      | <b>243</b>                | <b>970</b> | <b>2430</b>  | <b>196</b>            | <b>100</b>     |

Izvor: TZ Međimurske županije, Obrada YouAre d.o.o.

Vezano za strukturu smještajnih kapaciteta na području obuhvata sukladno prikazanoj tablici evidentno je kako ostali ugostiteljski objekti imaju najveći broj kreveta (986) i čine 40.58% kapaciteta dok Hoteli i privatni smještaj zajedno čine više od 52% tržišta smještajnih kreveta.

Raznolikost smještaja prema vrsti smještajnih objekata, uključujući kamp i OPG-ove, upućuje na razvijenu ponudu na području obuhvata.

Tablica 3. Smještajni objekti prema vrstama na području TZG Čakovca 2024. godina

| Objekt - vrsta                                         | Broj smještajnih jedinica |            | Broj kreveta | Broj dodatnih kreveta | Udio kreveta % |
|--------------------------------------------------------|---------------------------|------------|--------------|-----------------------|----------------|
|                                                        | Broj objekata             |            |              |                       |                |
| Hoteli                                                 | 2                         | 111        | 211          | 0                     | 32             |
| Nekomercijalni smještaj                                | 16                        | 16         | 16           | 0                     | 2              |
| Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)               | 1                         | 1          | 2            | 0                     | 0              |
| Objekti u domaćinstvu                                  | 25                        | 32         | 76           | 26                    | 11             |
| Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste) | 13                        | 114        | 364          | 0                     | 54             |
| <b>Ukupni zbroj</b>                                    | <b>57</b>                 | <b>274</b> | <b>669</b>   | <b>26</b>             | <b>100</b>     |

Izvor: TZ Međimurske županije, Obrada YouAre d.o.o.

Na području Grada Čakovca sukladno prikazanoj tablici evidentno je kako su gledajući broj osnovnih kreveta Ostali ugostiteljski objekti najzastupljeniji u kapacitetima – više od 54%, Hoteli također imaju važan udio (31.5%), s relativno visokim brojem kreveta po objektu. Privatni i nekomercijalni smještaj zajedno čine oko 14%, što pokazuje manju orijentaciju na individualne goste.

Tablica 4. Smještajni objekti prema vrstama na području TZG Preloga 2024. godina

| Objekt - vrsta                                                           | Broj smještajnih jedinica |           | Broj kreveta | Broj dodatnih kreveta | Udio kreveta % |
|--------------------------------------------------------------------------|---------------------------|-----------|--------------|-----------------------|----------------|
|                                                                          | Broj objekata             |           |              |                       |                |
| Hoteli                                                                   | 1                         | 44        | 86           | 0                     | 66             |
| Objekti u domaćinstvu                                                    | 3                         | 5         | 19           | 7                     | 15             |
| Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi) | 1                         | 10        | 19           | 0                     | 15             |
| Restorani                                                                | 1                         | 4         | 6            | 0                     | 5              |
| <b>Ukupni zbroj</b>                                                      | <b>6</b>                  | <b>63</b> | <b>130</b>   | <b>7</b>              | <b>100</b>     |

Izvor: TZ Međimurske županije, Obrada YouAre d.o.o.

Prelog ima mali broj objekata (6) s ukupno 130 kreveta, što ga čini manjom destinacijom u odnosu na Čakovec ili Sveti Martin na Muri. Hotelska ponuda nosi većinu prisutnog turističkog kapaciteta, što predstavlja pohvalnu situaciju u odnosu na strukturu smještaja. Evidentne su mogućnosti za rast privatnog i specijaliziranog ugostiteljskog smještaja, osobito ako se želi potaknuti razvoj raznovrsnijih turističkih profila.

Tablica 5. Smještajni objekti prema vrstama na području TZO Sveti Martin na Muri 2024. godina

| Objekt - vrsta                                                           | Broj smještajnih jedinica |            | Broj kreveta | Broj dodatnih kreveta | Udio kreveta % |
|--------------------------------------------------------------------------|---------------------------|------------|--------------|-----------------------|----------------|
|                                                                          | Broj objekata             |            |              |                       |                |
| Hoteli                                                                   | 1                         | 157        | 314          | 0                     | 34             |
| Kampovi                                                                  | 1                         | 25         | 75           | 0                     | 8              |
| Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)                                 | 1                         | 1          | 5            | 2                     | 1              |
| Objekti u domaćinstvu                                                    | 52                        | 77         | 221          | 46                    | 24             |
| Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi) | 17                        | 113        | 296          | 22                    | 32             |
| <b>Ukupni zbroj</b>                                                      | <b>72</b>                 | <b>373</b> | <b>911</b>   | <b>70</b>             | <b>100</b>     |

Izvor: TZ Međimurske županije, Obrada YouAre d.o.o.

Na cjelokupnom području obuhvata postoji mali broj hotela, a najznačajniji kapaciteti se nalaze na području Svetog Martina na Muri. Sveti Martin na Muri ima dobro razvijen hotelski sektor (više od 34% udjela) te značajan kamp dok privatni smještaj i ostali ugostiteljski objekti čine gotovo 57% udjela zajedno.

Raznolikost u ponudi pogoduje i wellness i aktivnom turizmu.

Tablica 6. Smještajni objekti prema vrstama na području TZO Štrigova 2024. godina

| Objekt - vrsta                                                           | Broj smještajnih jedinica |           | Broj kreveta | Broj dodatnih kreveta | Udio kreveta % |
|--------------------------------------------------------------------------|---------------------------|-----------|--------------|-----------------------|----------------|
|                                                                          | Broj objekata             |           |              |                       |                |
| Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)                                 | 5                         | 9         | 22           | 2                     | 17             |
| Objekti u domaćinstvu                                                    | 24                        | 26        | 93           | 35                    | 70             |
| Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi) | 2                         | 7         | 17           | 8                     | 13             |
| <b>Ukupni zbroj</b>                                                      | <b>31</b>                 | <b>42</b> | <b>132</b>   | <b>45</b>             | <b>100</b>     |

Izvor: TZ Međimurske županije, Obrada YouAre d.o.o.

Na području općine Štrigova dominantan je privatni smještaj s više od 70% udjela. OPG-ovi imaju značajan udio (16.7%) i važni su za razvoj vinskog i ruralnog turizma. Nema hotela ni kampova, fokus na autentičnim i manjim objektima.

Tablica 7. Smještajni objekti prema vrstama na području TZP Mura i gorice 2024. godina

| Objekt - vrsta                                                           | Broj smještajnih jedinica |           | Broj kreveta | Broj dodatnih kreveta | Udio kreveta % |
|--------------------------------------------------------------------------|---------------------------|-----------|--------------|-----------------------|----------------|
|                                                                          | Broj objekata             |           |              |                       |                |
| Nekomercijalni smještaj                                                  | 7                         | 8         | 29           | 0                     | 28             |
| Objekti u domaćinstvu                                                    | 10                        | 10        | 31           | 9                     | 30             |
| Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi) | 4                         | 8         | 44           | 2                     | 42             |
| <b>Ukupni zbroj</b>                                                      | <b>21</b>                 | <b>26</b> | <b>104</b>   | <b>11</b>             | <b>100</b>     |

Izvor: TZ Međimurske županije, Obrada YouAre d.o.o.

Na području Turističke zajednice Mura i gorice nalazi se vrlo uravnotežena struktura između privatnog, nekomercijalnog i ugostiteljskog smještaja. Ostali ugostiteljski objekti vodeći su po broju kreveta (42%), ali je potrebno istaknuti kako se radi o maloj ukupnoj bazi od 104 kreveta, ali s potencijalom za razvoj specifičnih niša.

Tablica 8. Smještajni objekti prema vrstama na području TZP Srce Međimurja 2024. godina

| Objekt - vrsta                                                           | Broj smještajnih jedinica |           | Broj kreveta | Broj dodatnih kreveta | Udio kreveta % |
|--------------------------------------------------------------------------|---------------------------|-----------|--------------|-----------------------|----------------|
|                                                                          | Broj objekata             |           |              |                       |                |
| Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)                                 | 2                         | 11        | 20           | 0                     | 9              |
| Objekti u domaćinstvu                                                    | 22                        | 27        | 80           | 26                    | 34             |
| Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi) | 14                        | 52        | 135          | 4                     | 57             |
| <b>Ukupni zbroj</b>                                                      | <b>38</b>                 | <b>90</b> | <b>235</b>   | <b>30</b>             | <b>100</b>     |

Izvor: TZ Međimurske županije, Obrada YouAre d.o.o.

Na području Turističke zajednice Srce Međimurja ukupno je 235 osnovnih kreveta od čega ostali ugostiteljski objekti čine više od 57% kapaciteta. Privatni smještaj je najznačajniji, a OPG-ovi prisutni, ali s manjim udjelom.

Tablica 9. Broj kreveta po vrsti smještaja i kategorizaciji 2024. godina

| Vrsta objekta                   | 2 sunca   | 2 zvjezdice | 3 sunca   | 3 zvjezdice | 4 sunca   | 4 zvjezdice | 5 zvjezdica | Komfor    | Nema kategorizacije | Ukupni zbroj |
|---------------------------------|-----------|-------------|-----------|-------------|-----------|-------------|-------------|-----------|---------------------|--------------|
| Hoteli                          |           |             |           | 180         |           | 459         |             | 61        |                     | 700          |
| Kampovi                         |           |             |           |             |           | 75          |             |           |                     | 75           |
| Nekomercijalni smještaj         |           |             |           |             |           |             |             |           | 47                  | 47           |
| Objekti na OPG-u (seljačkom     | 26        |             | 22        |             | 1         |             |             |           |                     | 49           |
| Objekti u domaćinstvu           | 2         | 17          | 12        | 289         | 42        | 159         | 8           |           | 38                  | 567          |
| Ostali ugostiteljski objekti za |           | 25          |           | 157         | 12        | 306         |             | 24        | 462                 | 986          |
| Restorani                       |           |             |           | 6           |           |             |             |           |                     | 6            |
| <b>Ukupni zbroj</b>             | <b>28</b> | <b>42</b>   | <b>34</b> | <b>632</b>  | <b>55</b> | <b>999</b>  | <b>8</b>    | <b>85</b> | <b>547</b>          | <b>2.430</b> |

Izvor: TZ Međimurske županije, Obrada YouAre d.o.o.

Analiza strukture smještajnih kapaciteta pokazuje da su hoteli zastupljeni u manjoj mjeri, dok se najveći dio smještajne ponude destinacije temelji na privatnom smještaju.

Najveći udio kapaciteta nalazi se u objektima kategorije 3 i 4 zvjezdice, što upućuje na dominaciju smještaja srednje kategorije. Značajan dio kapaciteta čine i objekti bez kategorizacije, dok su objekti najviše kategorije, poput 5 zvjezdica, zastupljeni u znatno manjem opsegu.

Takva struktura ukazuje na to da se turistička ponuda destinacije u najvećoj mjeri oslanja na privatne smještajne objekte srednje kategorije, dok su hotelski kapaciteti i luksurniji oblici smještaja prisutni u manjem udjelu.

## 2.5. Ugostiteljstvo

Gastronomska ponuda Međimurja oslanja se na dugu kulinarsku tradiciju i raznovrsnost lokalnih poljoprivrednih proizvoda. Povijesni korijeni gastronomije sežu još u razdoblje Zrinskih, a lokalna kuhinja i danas predstavlja važan dio turističke ponude destinacije. Ugostiteljski objekti imaju značajnu ulogu u oblikovanju turističkog doživljaja jer doprinose atraktivnosti destinacije kroz ponudu hrane, pića i društvenih sadržaja.

Prema podacima Upravnog odjela za gospodarstvo, poljoprivredu i turizam Međimurske županije, na području destinacije u 2024. godini djeluje 414 ugostiteljskih objekata koji pružaju usluge pripreme i posluživanja hrane i pića. Struktura ugostiteljskih objekata pokazuje da najveći udio čine barovi i slični objekti, dok restorani i drugi oblici ugostiteljskih objekata sudjeluju u manjem udjelu ukupne ponude.

*Tablica 10. Ugostiteljski objekti na području županije*

| Skupina objekata                                     | Broj objekata | Udio u strukturi (%) |
|------------------------------------------------------|---------------|----------------------|
| Barovi (caffe barovi, kavane, noćni klubovi i sl.)   | 288           | 69,57                |
| Restorani (restorani, pizzerije, bistroi, fast food) | 98            | 23,67                |
| Objekti jednostavnih usluga (kiosci i sl.)           | 25            | 6,04                 |
| Catering objekti (pripremaonica obroka)              | 3             | 0,72                 |
| <b>UKUPNO</b>                                        | <b>414</b>    | <b>100</b>           |

*Izvor: Plan upravljanja destinacijom održivog turizma Međimurske županije, Upravni odjel za gospodarstvo, poljoprivredu i turizam MŽ, Obrada YouAre d.o.o.*

## 2.6. Turističke atrakcije

Cjelokupna destinacija Međimurje predstavlja kompaktan, ali iznimno raznolik turistički prostor koji na relativno maloj površini objedinjuje urbane sadržaje, očuvanu prirodu, bogatu kulturnu baštinu i suvremene turističke proizvode. Od dinamičnog gradskog života u Čakovcu, preko riječnih krajolika Mure i Drave, vinorodnih brežuljaka Štrigove, pa sve do wellness i zdravstvene ponude u Svetom Martinu na Muri te ruralnih doživljaja u središnjem dijelu županije – Međimurje nudi cjelovito i autentično turističko iskustvo. Ovakva raznolikost omogućuje destinaciji da odgovori na potrebe različitih segmenata posjetitelja, pri čemu se posebno ističe kombinacija aktivnog odmora, gastronomije, prirode i kulture. Upravo ta integriranost turističkih proizvoda čini Međimurje prepoznatljivom i konkurentnom kontinentalnom destinacijom.

Turistička ponuda Međimurja može se jasno strukturirati kroz četiri ključna doživljajna stupa koji definiraju identitet destinacije:

- Vino i gastronomija – koncentrirana u Štrigovi i području „Srca Međimurja“, s naglaskom na vinske ceste, autohtone sorte i vrhunsku lokalnu kuhinju
- Priroda i rijeke – područje Preloga, rijeka Mure i Drave te okolnih gorica, s naglaskom na očuvane ekosustave i rekreaciju u prirodi
- Kultura i baština – urbana i povijesna jezgra Čakovca te kulturni lokaliteti u Svetom Martinu na Muri i širem području
- Zdravlje i aktivni odmor – predvođeni Svetim Martinom na Muri, ali i razgranatom mrežom biciklističkih i pješačkih staza diljem regije

Ovi stupovi međusobno se nadopunjuju i omogućuju stvaranje integriranih turističkih proizvoda i itinerara.

### **Turistička zajednica Grada Čakovca**

Grad Čakovec predstavlja administrativno, kulturno i urbano središte Međimurja te ključnu točku kulturnog turizma.

Kulturne i povijesne atrakcije obuhvaćaju Stari grad Zrinskih s Muzejom Međimurja, vrijednu trgovačku i građansku arhitekturu povijesne jezgre, crkvu sv. Nikole te niz kulturnih institucija poput Centra za kulturu. Grad je ujedno domaćin najznačajnijih manifestacija, među kojima se ističe Porcijunkulovo kao centralni događaj ljeta.

Zelene površine, poput Perivoja Zrinskih i uređenih šetnica uz Trnavu, dodatno obogaćuju urbani doživljaj i čine grad ugodnim za boravak tijekom cijele godine.

### **Turistička zajednica Grada Preloga – Dravsko blago**

Područje Preloga snažno je usmjereno na prirodne resurse i aktivni turizam uz rijeku Dravu.

Akumulacijsko jezero HE Dubrava predstavlja središnje mjesto rekreacije, s mogućnostima kupanja, ribolova i veslanja, dok otočica Labudnjak i ornitološke promatračnice nude jedinstvene doživljaje za ljubitelje prirode, osobito u okviru zaštićenog područja Natura 2000.

Uz prirodne atrakcije, područje njeguje lokalne običaje kroz manifestacije i ribarske fešte, a razvijena mreža biciklističkih i vodenih ruta dodatno potiče aktivan boravak.

### **Turistička zajednica Općine Štrigova**

Štrigova je središte vinskog turizma Međimurja i jedno od najprepoznatljivijih panoramskih područja regije. Maderkin breg, kao najpoznatiji vidikovac, simbol je vinskih brežuljaka i nezaobilazna točka posjeta. Područje je isprepletено vinskim cestama koje povezuju brojne renomirane vinare, čime se stvara snažna eno-gastronomska ponuda.

Kulturnu vrijednost dodatno naglašava barokna crkva sv. Jeronima, dok manifestacije poput Urbanova, Martinja i Vincekova snažno doprinose promociji lokalne tradicije i vina.

### **Turistička zajednica Općine Sveti Martin na Muri**

Sveti Martin na Muri profiliran je kao vodeća destinacija zdravstvenog i wellness turizma u regiji.

Terme Sveti Martin čine okosnicu ponude, s razvijenim sadržajima koji uključuju termalne bazene, wellness programe i zdravstvene usluge. Uz to, područje obiluje prirodnim i edukativnim atrakcijama poput mlina na Muri i centra za posjetitelje „Med dvema vodama“.

Razgranata mreža biciklističkih i pješačkih staza, golf igralište te adrenalinski sadržaji dodatno jačaju segment aktivnog turizma.

#### **Turistička zajednica Područja Mura i gorice**

Ovo područje karakterizira očuvana priroda uz rijeku Muru te bogata industrijska i etnološka baština.

Riječna šetnica u Murskom Središću, promatračnice ptica i prirodni krajolici nude autentičan doživljaj prirode, dok rudarska baština i etnografske zbirke svjedoče o povijesnom razvoju kraja.

Događanja poput Ljeta uz Muru, Festivala pučke drame “Murski cimeri” te aktivnosti na rijeci Muri dodatno oživljavaju destinaciju i doprinose njezinoj atraktivnosti.

#### **Turistička zajednica Područja Srce Međimurja**

Područje „Srce Međimurja“ predstavlja jezgu ruralnog i tradicijskog turizma.

Naglasak je na očuvanju lokalne baštine kroz objekte poput Matulovog grunta, kao i kroz rad OPG-ova koji nude autentične proizvode, kušaonice i radionice. Tematske i biciklističke rute povezuju prirodne i kulturne točke, omogućujući posjetiteljima cjelovit doživljaj prostora.

Kulturna ponuda uključuje sakralne objekte, etno-kuće i tradicijske obrte koji dodatno naglašavaju identitet ovog područja.

Sve navedene turističke cjeline zajedno čine integriranu i sadržajno bogatu destinaciju u kojoj se isprepliću priroda, kultura, gastronomija i aktivni turizam. Raznolikost i komplementarnost ponude omogućuju stvaranje cjelogodišnjih turističkih proizvoda te dodatno jačaju konkurentnost Međimurja kao kontinentalne destinacije.

U nastavku slijedi detaljna tablica koja sadrži sve identificirane turističke atrakcije, razvrstane prema područjima i tipovima ponude.

*Tablica 11. Turističke atrakcije cjelokupne destinacije (popis)*

| RB | Turistička zajednica | Naziv JLS                   | Naziv atrakcije                                                | Kategorija atrakcije                                   |
|----|----------------------|-----------------------------|----------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| 1  | Sveti Martin na Muri | Općina Sveti Martin na Muri | Mlin na Muri                                                   | kulturna atrakcija/etno atrakcija                      |
| 2  | Sveti Martin na Muri | Općina Sveti Martin na Muri | Etnografska zbirka "Jen den v življenju mlinara Franca Žalara" | kulturna atrakcija/etno atrakcija/edukativna atrakcija |
| 3  | Sveti Martin na Muri | Općina Sveti Martin na Muri | Etnografska zbirka obitelji Trstenjak                          | etno atrakcija                                         |
| 4  | Sveti Martin na Muri | Općina Sveti Martin na Muri | Skela Sveti Martin na Muri                                     | kulturna atrakcija/etno atrakcija                      |
| 5  | Sveti Martin na Muri | Općina Sveti Martin na Muri | Skela Žabnik                                                   | kulturna atrakcija/etno atrakcija                      |
| 6  | Sveti Martin na Muri | Općina Sveti Martin na Muri | Najsjevernija točka RH                                         | prirodna atrakcija                                     |
| 7  | Sveti Martin na Muri | Općina Sveti Martin na Muri | Poučna eko-turistička PB staza "Svetomartinska Mura"           | tematska ruta/rekreativna i edukativna atrakcija       |
| 8  | Sveti Martin na Muri | Općina Sveti Martin na Muri | Ergela Međimurskog konja                                       | rekreativna atrakcija                                  |
| 9  | Sveti Martin na Muri | Općina Sveti Martin na Muri | Promatračnica ptica Žabnik                                     | rekreativna i edukativna atrakcija                     |
| 10 | Sveti Martin na Muri | Općina Sveti Martin na Muri | Labirint ljubavi i pozitivne energije                          | prirodna atrakcija                                     |
| 11 | Sveti Martin na Muri | Općina Sveti Martin na Muri | Crkva sv. Martina biskupa                                      | religijska baština                                     |

|    |                                    |                             |                                                                         |                                                  |
|----|------------------------------------|-----------------------------|-------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| 12 | Sveti Martin na Muri               | Općina Sveti Martin na Muri | Voćnjak starinskih sorti jabuka                                         | edukativna i rekreativna atrakcija               |
| 13 | Sveti Martin na Muri               | Općina Sveti Martin na Muri | kapelica sv. Margarete                                                  | religijska baština                               |
| 14 | Sveti Martin na Muri               | Općina Sveti Martin na Muri | rijeka Mura                                                             | prirodna atrakcija                               |
| 15 | Sveti Martin na Muri               | Općina Sveti Martin na Muri | stari tok rijeke Mure                                                   | rekreativna i prirodna atrakcija                 |
| 16 | Sveti Martin na Muri               | Općina Sveti Martin na Muri | Poučna PB staza Svetomartinske murske mitologije Zeleni lug             | tematska ruta/rekreativna i edukativna atrakcija |
| 17 | Sveti Martin na Muri               | Općina Sveti Martin na Muri | Terme Sveti Martin/Aquapark Martilandia                                 | wellness/healthness                              |
| 18 | Sveti Martin na Muri               | Općina Sveti Martin na Muri | Zipline kod Skelarske kuće                                              | rekreativna atrakcija                            |
| 19 | Sveti Martin na Muri               | Općina Sveti Martin na Muri | Mlinarska kuća                                                          | kulturna atrakcija                               |
| 20 | Sveti Martin na Muri               | Općina Sveti Martin na Muri | Skelarska kuća                                                          | kulturna atrakcija                               |
| 21 | Sveti Martin na Muri               | Općina Sveti Martin na Muri | Interpretacijski centar Halicanum - u izgradnji                         | kulturna atrakcija                               |
| 22 | Sveti Martin na Muri               | Općina Sveti Martin na Muri | Centar za posjetitelje Mlin na Muri                                     | kulturna atrakcija                               |
| 23 | Sveti Martin na Muri               | Općina Sveti Martin na Muri | Vinska kuća Hažić                                                       | vinska atrakcija                                 |
| 24 | Sveti Martin na Muri               | Općina Sveti Martin na Muri | Vincekov pohod po svetomartinskim bregima                               | manifestacija                                    |
| 25 | Sveti Martin na Muri               | Općina Sveti Martin na Muri | Najsjevernija hrvatska utrka "Svetomartinska Mura"                      | sportska manifestacija                           |
| 26 | Sveti Martin na Muri               | Općina Sveti Martin na Muri | Svetomartinska grahijada                                                | eno-gastro manifestacija                         |
| 27 | Sveti Martin na Muri               | Općina Sveti Martin na Muri | Festival američkih automobila Trash & burn                              | manifestacija                                    |
| 28 | Sveti Martin na Muri               | Općina Sveti Martin na Muri | Festival rimske kulture "Halicanumfest"                                 | kulturna/povijesna manifestacija                 |
| 29 | Sveti Martin na Muri               | Općina Sveti Martin na Muri | Dani turizma u Svetom Martinu na Muri - povorka starih običaja i zanata | kulturna/povijesna manifestacija                 |
| 30 | Sveti Martin na Muri               | Općina Sveti Martin na Muri | Martinje i svetomartinska gulašijada                                    | eno-gastro manifestacija                         |
| 31 | Sveti Martin na Muri               | Općina Sveti Martin na Muri | Svetomartinski krampuslauf                                              | kulturna manifestacija                           |
| 32 | Turistička zajednica Grada Preloga | Grad Prelog                 | Akumulacijsko jezero Dubrava                                            | Prirodna atrakcija                               |
| 33 | Turistička zajednica Grada Preloga | Grad Prelog                 | Marina Prelog                                                           | Prirodna atrakcija                               |
| 34 | Turistička zajednica Grada Preloga | Grad Prelog                 | Biciklističke staze                                                     | Prirodna atrakcija                               |
| 35 | Turistička zajednica Grada Preloga | Grad Prelog                 | Pješačke staze                                                          | Prirodna atrakcija                               |
| 36 | Turistička zajednica Grada Preloga | Grad Prelog                 | Ribnjaci uz Dravu                                                       | Prirodna atrakcija                               |
| 37 | Turistička zajednica Grada Preloga | Grad Prelog                 | Stari tok rijeke Drave                                                  | Prirodna atrakcija                               |
| 38 | Turistička zajednica Grada Preloga | Grad Prelog                 | AAT Geothermae Draškovec                                                | Prirodna atrakcija                               |
| 39 | Turistička zajednica Grada Preloga | Grad Prelog                 | Kovačnica Čehovec                                                       | Kulturna atrakcija                               |
| 40 | Turistička zajednica Grada Preloga | Grad Prelog                 | Muzej Croata insulanus Grada Preloga                                    | Kulturna atrakcija                               |

|    |                                    |             |                                      |                                 |
|----|------------------------------------|-------------|--------------------------------------|---------------------------------|
| 41 | Turistička zajednica Grada Preloga | Grad Prelog | Crkva sv. Lovre Cirkovljan           | Religijska baština              |
| 42 | Turistička zajednica Grada Preloga | Grad Prelog | Župna crkva sv. Jakoba Prelog        | Religijska baština              |
| 43 | Turistička zajednica Grada Preloga | Grad Prelog | Crkva sv. Roka Čehovec               | Religijska baština              |
| 44 | Turistička zajednica Grada Preloga | Grad Prelog | Crkva sv. Roka Draškovec             | Religijska baština              |
| 45 | Turistička zajednica Grada Preloga | Grad Prelog | Kapela sv. Huberta kod Otoka         | Religijska baština              |
| 46 | Turistička zajednica Grada Preloga | Grad Prelog | Arheološko nalazište Ferenčica       | Kulturna atrakcija              |
| 47 | Turistička zajednica Grada Preloga | Grad Prelog | Dom kulture Grada Preloga            | Kulturna atrakcija              |
| 48 | Turistička zajednica Grada Preloga | Grad Prelog | Kružna kula                          | Kulturna atrakcija              |
| 49 | Turistička zajednica Grada Preloga | Grad Prelog | Aqua Adventures                      | Sportsko-rekreacijska atrakcija |
| 50 | Turistička zajednica Grada Preloga | Grad Prelog | Marina Prelog                        | Sportsko-rekreacijska atrakcija |
| 51 | Turistička zajednica Grada Preloga | Grad Prelog | Park Mladosti                        | Sportsko-rekreacijska atrakcija |
| 52 | Turistička zajednica Grada Preloga | Grad Prelog | Zmajarski klub Rode – letenje zmajem | Sportsko-rekreacijska atrakcija |
| 53 | Turistička zajednica Grada Preloga | Grad Prelog | Zipline                              | Sportsko-rekreacijska atrakcija |
| 54 | Turistička zajednica Grada Preloga | Grad Prelog | DG Sport Prelog                      | Wellness                        |
| 55 | Turistička zajednica Grada Preloga | Grad Prelog | OPG Zdravec Oporovec                 | Etno atrakcija                  |
| 56 | Turistička zajednica Grada Preloga | Grad Prelog | Festival balona na vrući zrak        | Događaj / festival              |
| 57 | Turistička zajednica Grada Preloga | Grad Prelog | Božićni koncert                      | Događaj / festival              |
| 58 | Turistička zajednica Grada Preloga | Grad Prelog | Festival rajčica                     | Događaj / festival              |
| 59 | Turistička zajednica Grada Preloga | Grad Prelog | Noć muzeja                           | Događaj / festival              |
| 60 | Turistička zajednica Grada Preloga | Grad Prelog | Ljetne noći Grada Preloga            | Događaj / festival              |
| 61 | Turistička zajednica Grada Preloga | Grad Prelog | Priločki Fašnjak                     | Događaj / festival              |
| 62 | Turistička zajednica Grada Preloga | Grad Prelog | Festival kazališnih amatera KAM      | Događaj / festival              |
| 63 | Turistička zajednica Grada Preloga | Grad Prelog | Sajam cvijeća                        | Događaj / festival              |
| 64 | Turistička zajednica Grada Preloga | Grad Prelog | Sportske igre mladih                 | Događaj / festival              |
| 65 | Turistička zajednica Grada Preloga | Grad Prelog | Prvomajska biciklijada               | Događaj / festival              |
| 66 | Turistička zajednica Grada Preloga | Grad Prelog | Fletni&Stekli                        | Događaj / festival              |
| 67 | Turistička zajednica Grada Preloga | Grad Prelog | Biciklijada - "Biciklom do zdravlja" | Događaj / festival              |
| 68 | Turistička zajednica Grada Preloga | Grad Prelog | Dani dravske rije                    | Događaj / festival              |

|     |                                             |                      |                                                                |                                 |
|-----|---------------------------------------------|----------------------|----------------------------------------------------------------|---------------------------------|
| 69  | Turistička zajednica Grada Preloga          | Grad Prelog          | Memorijalni moto susret "Fić"                                  | Događaj / festival              |
| 70  | Turistička zajednica Grada Preloga          | Grad Prelog          | LegenDra festival                                              | Događaj / festival              |
| 71  | Turistička zajednica Grada Preloga          | Grad Prelog          | Festival Kre Mure i Drove                                      | Događaj / festival              |
| 72  | Turistička zajednica Grada Preloga          | Grad Prelog          | Lov na labuđe pero                                             | Događaj / festival              |
| 73  | Turistička zajednica Grada Preloga          | Grad Prelog          | Opera pod zvijezdama                                           | Događaj / festival              |
| 74  | Turistička zajednica Grada Preloga          | Grad Prelog          | Divlji triatlon                                                | Događaj / festival              |
| 75  | Turistička zajednica Grada Preloga          | Grad Prelog          | Zlatna bučka Grada Preloga – Somijada                          | Događaj / festival              |
| 76  | Turistička zajednica Grada Preloga          | Grad Prelog          | Adventska čarolija u Prelogu                                   | Događaj / festival              |
| 77  | Turistička zajednica Grada Preloga          | Grad Prelog          | Božićni koncert zborova Grada Preloga                          | Događaj / festival              |
| 78  | Turistička zajednica Grada Preloga          | Grad Prelog          | Varaždinske barokne večeri                                     | Događaj / festival              |
| 79  | Turistička zajednica Grada Preloga          | Grad Prelog          | Dani kruha i zahvale                                           | Događaj / festival              |
| 80  | Turistička zajednica Grada Preloga          | Grad Prelog          | Folklorni susreti                                              | Događaj / festival              |
| 81  | Turistička zajednica Grada Preloga          | Grad Prelog          | Cekeraštvo – pletenje cekera                                   | Kulturna baština                |
| 82  | Turistička zajednica Grada Preloga          | Grad Prelog          | Kovački zanat                                                  | Kulturna baština                |
| 83  | TZO ŠTRIGOVA                                | Općina Štrigova      | Vidikovac Mađerkin breg                                        | Prirodna atrakcija              |
| 84  | TZO ŠTRIGOVA                                | Općina Štrigova      | Svjetski centar Pušipela                                       | Vinska atrakcija                |
| 85  | TZO ŠTRIGOVA                                | Općina Štrigova      | Crkva sv. Jeronima                                             | Kulturna atrakcija              |
| 86  | TZO ŠTRIGOVA                                | Općina Štrigova      | Pješačka staza Mađerka                                         | Prirodna atrakcija              |
| 87  | TZO ŠTRIGOVA                                | Općina Štrigova      | Biciklistička staza Pušipel                                    | Prirodna atrakcija              |
| 88  | TZO ŠTRIGOVA                                | Općina Štrigova      | Zmajev vrt obitelji Valkaj i radionica keramike Keramos Valkaj | Prirodna atrakcija/<br>Kulturna |
| 89  | TZO ŠTRIGOVA                                | Općina Štrigova      | Keramička radionica Atelje Osojnički                           | Kulturna atrakcija              |
| 90  | TZO ŠTRIGOVA                                | Općina Štrigova      | Međimurska vinska cesta - vinarije, kušaone, restorani         | Vinska atrakcija                |
| 91  | TZO ŠTRIGOVA                                | Općina Štrigova      | Teretana na otvorenom i Centar za sport i rekreaciju Štrigova  | Rekreativna atrakcija           |
| 92  | TZO ŠTRIGOVA                                | Općina Štrigova      | Vincekovo                                                      | Manifestacija                   |
| 93  | TZO ŠTRIGOVA                                | Općina Štrigova      | Festival keramike                                              | Manifestacija                   |
| 94  | TZO ŠTRIGOVA                                | Općina Štrigova      | Urbanovo                                                       | Manifestacija                   |
| 95  | TZO ŠTRIGOVA                                | Općina Štrigova      | Umjetnička kolonija                                            | Manifestacija                   |
| 96  | TZO ŠTRIGOVA                                | Općina Štrigova      | Ljeto u Štrigovi                                               | Manifestacija                   |
| 97  | TZO ŠTRIGOVA                                | Općina Štrigova      | Jazz u vinogradu                                               | Manifestacija                   |
| 98  | TZO ŠTRIGOVA                                | Općina Štrigova      | Martinje - Mlado Međimurje                                     | Manifestacija                   |
| 99  | Turistička zajednica područja Mura i gorice | Grad Mursko Središće | Spomen dom rudarstva "Cimper" Mursko Središće                  | Kulturna atrakcija              |
| 100 | Turistička zajednica područja Mura i gorice | Grad Mursko Središće | Spomen park naftaštva Peklenica                                | Prirodna atrakcija              |
| 101 | Turistička zajednica područja Mura i gorice | Grad Mursko Središće | Šetnica svete Barbare Mursko Središće                          | Prirodna atrakcija              |

|     |                                             |                                               |                                                |                    |
|-----|---------------------------------------------|-----------------------------------------------|------------------------------------------------|--------------------|
| 102 | Turistička zajednica područja Mura i gorice | Općina Sveti Martin na Muri                   | Centar za posjetitelje Med dvemi vodami        | Kulturna atrakcija |
| 103 | Turistička zajednica područja Mura i gorice | Grad Mursko Središće                          | Etno kuća                                      | Kulturna atrakcija |
| 104 | Turistička zajednica područja Mura i gorice | Grad Mursko Središće                          | Ljeto uz Muru                                  | Manifestacija      |
| 105 | Turistička zajednica područja Mura i gorice | Grad Mursko Središće                          | Serjojska Berba grožđa                         | Etno atrakcija     |
| 106 | Turistička zajednica područja Mura i gorice | Grad Mursko Središće                          | Serjojski fašnik                               | Manifestacija      |
| 107 | Turistička zajednica područja Mura i gorice | Grad Mursko Središće                          | Murski cimeri - festival hrvatske pučke drame  | Kulturna atrakcija |
| 108 | Turistička zajednica područja Mura i gorice | Grad Mursko Središće                          | Murska staza - pješačka                        | Prirodna atrakcija |
| 109 | Turistička zajednica područja Mura i gorice | Grad Mursko Središće, Općina Podturen         | R2 Murska - biciklistička staza                | Prirodna atrakcija |
| 110 | Turistička zajednica područja Mura i gorice | Grad Mursko Središće                          | Streetwork out event i sportsko vježbalište    | Sportska atrakcija |
| 111 | Turistička zajednica područja Mura i gorice | Grad Mursko Središće                          | Izletište Skela Fusek                          | Prirodna atrakcija |
| 112 | Turistička zajednica područja Mura i gorice | Grad Mursko Središće                          | SRC Zalešće                                    | Prirodna atrakcija |
| 113 | Turistička zajednica područja Mura i gorice | Grad Mursko Središće                          | September v Središću                           | Manifestacija      |
| 114 | Turistička zajednica područja Mura i gorice | Grad Mursko Središće                          | Murski polumaraton                             | Sportska atrakcija |
| 115 | Turistička zajednica područja Mura i gorice | Grad Mursko Središće                          | Martinje u Gradu rudara                        | Manifestacija      |
| 116 | Turistička zajednica područja Mura i gorice | Općina Vratašinec                             | Etno zbirka Mamičina škrija, Gornji Kraljevec  | Kulturna atrakcija |
| 117 | Turistička zajednica područja Mura i gorice | Općina Vratašinec                             | Dom dr. Vinka Žganca, Vratašinec               | Kulturna atrakcija |
| 118 | Turistička zajednica područja Mura i gorice | Općina Vratašinec                             | Žgančevi zapisi                                | Manifestacija      |
| 119 | Turistička zajednica područja Mura i gorice | Općina Vratašinec                             | Mamičina škrija                                | Manifestacija      |
| 120 | Turistička zajednica područja Mura i gorice | Općina Vratašinec                             | Crkva uzvišenja sv. Križa Vratašinec           | Kulturna atrakcija |
| 121 | Turistička zajednica područja Mura i gorice | Općina Podturen                               | Crkva svetog Martina Podturen                  | Kulturna atrakcija |
| 122 | Turistička zajednica područja Mura i gorice | Općina Podturen                               | Kuća starina obitelji Strahija, Nedeljko, Murk | Kulturna atrakcija |
| 123 | Turistička zajednica područja Mura i gorice | Općina Podturen                               | Turenski fašnik                                | Manifestacija      |
| 124 | Turistička zajednica područja Mura i gorice | Općina Selnica                                | Crkva sv. Marka Selnica                        | Kulturna atrakcija |
| 125 | Turistička zajednica područja Mura i gorice | Općina Selnica                                | Muzej starodobnih vozila "Šardi"               | Kulturna atrakcija |
| 126 | Turistička zajednica područja Mura i gorice | Općina Selnica                                | Namatanje pikača                               | Manifestacija      |
| 127 | Turistička zajednica područja Mura i gorice | Općina Selnica                                | Vina z brajdi - Martinje                       | Manifestacija      |
| 128 | Turistička zajednica područja Mura i gorice | Općina Selnica                                | Božićni sajam                                  | Manifestacija      |
| 129 | Turistička zajednica područja Mura i gorice | Grad Mursko Središće, Općina Podturen, Općina | Adventura na sjeveru                           | Manifestacija      |

|     |                                             |                                                                          |                                                                            |                                                         |
|-----|---------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
|     |                                             | Vratišinec, Općina Selnica                                               |                                                                            |                                                         |
| 130 | Turistička zajednica područja Mura i gorice | Grad Mursko Središće, Općina Podturen, Općina Vratišinec, Općina Selnica | Bicikljada Od Mure do Goric                                                | Sportska atrakcija                                      |
| 131 | Turistička zajednica područja Mura i gorice | Grad Mursko Središće, Općina Selnica                                     | Vincekovo                                                                  | Manifestacija                                           |
| 132 | Turistička zajednica područja Mura i gorice | Grad Mursko Središće                                                     | Što smo kaj smo kak kuhamo                                                 | Manifestacija                                           |
| 133 | Turistička zajednica područja Mura i gorice | Grad Mursko Središće                                                     | Filmski festival Ivo Šubić                                                 | Manifestacija                                           |
| 134 | Turistička zajednica područja Mura i gorice | Općina Selnica                                                           | Ficko - festival međimurske žganice                                        | Manifestacija                                           |
| 135 | Turistička zajednica područja Mura i gorice | Grad Mursko Središće                                                     | Centar za kulturu "Rudar"                                                  | Kulturna atrakcija                                      |
| 136 | TZP Srce Međimurja                          | Nedelišće                                                                | Smotra Međimurske popevke u Nedelišću                                      | Manifestacija                                           |
| 137 | TZP Srce Međimurja                          | Nedelišće                                                                | Umijeće pletenja uporabnih predmeta od komušine (cekari) i festival cekara | Etno atrakcija i manifestacija                          |
| 138 | TZP Srce Međimurja                          | Nedelišće                                                                | Crkva Pohoda Blažene Djevice Marije, Macinec                               | Religijska baština                                      |
| 139 | TZP Srce Međimurja                          | Nedelišće                                                                | Crkva Presvetog Trojstva, Nedelišće                                        | Religijska baština                                      |
| 140 | TZP Srce Međimurja                          | Sveti Juraj na Bregu                                                     | Crkva sv. Jurja i župni dvor, Lopatinec, Pleškovec                         | Religijska baština                                      |
| 141 | TZP Srce Međimurja                          | Šenkovec                                                                 | Kapela Svete Jelene i Mauzolej obitelji Zrinski u Šenkovcu                 | Religijska baština                                      |
| 142 | TZP Srce Međimurja                          | Sveti Juraj na Bregu                                                     | Bedekovićeve grabe, Mali Mihaljevec                                        | Prirodna atrakcija                                      |
| 143 | TZP Srce Međimurja                          | Sveti Juraj na Bregu                                                     | Matulov grunt, Frkanovec                                                   | Etno atrakcija                                          |
| 144 | TZP Srce Međimurja                          | Nedelišće                                                                | Platana, Nedelišće                                                         | Prirodna atrakcija                                      |
| 145 | TZP Srce Međimurja                          | Nedelišće                                                                | Horvatova stara kovačnica u Gornjem Hrašćanu                               | Etno atrakcija                                          |
| 146 | TZP Srce Međimurja                          | Nedelišće                                                                | Povijesna zbirka štrekari u Dunjkovcu                                      | Etno atrakcija                                          |
| 147 | TZP Srce Međimurja                          | Nedelišće                                                                | Tiskarska preša, Nedelišće                                                 | Kulturno-povijesna atrakcija                            |
| 148 | TZP Srce Međimurja                          | Nedelišće                                                                | Tradicijske kuće u Črečanu                                                 | Etno atrakcija                                          |
| 149 | TZP Srce Međimurja                          | Nedelišće                                                                | Božićni koncert u Nedelišću                                                | Manifestacija                                           |
| 150 | TZP Srce Međimurja                          | Sveti Juraj na Bregu                                                     | Accredo centar, Zasadbreg                                                  | Rekreativna atrakcija                                   |
| 151 | TZP Srce Međimurja                          | Nedelišće                                                                | Međimurec - međunarodni nogometni turnir U14                               | Manifestacija                                           |
| 152 | Turistička zajednica grada Čakovca          | Grad Čakovec                                                             | Međimurski fašnik u Čakovcu                                                | Manifestacija                                           |
| 153 | Turistička zajednica grada Čakovca          | Grad Čakovec                                                             | Porcijunkulovo                                                             | Manifestacija                                           |
| 154 | Turistička zajednica grada Čakovca          | Grad Čakovec                                                             | Muzej Međimurja Čakovec, Riznica Međimurja / Stari grad Zrinskih           | Muzej / Povijesna znamenitost                           |
| 155 | Turistička zajednica grada Čakovca          | Grad Čakovec                                                             | Perivoj Zrinski                                                            | Prirodna atrakcija                                      |
| 156 | Turistička zajednica grada Čakovca          | Grad Čakovec                                                             | Kamen spoticanja /Židovsko groblje                                         | Edukativna atrakcija, tematska ruta, religijska baština |

Izvor: LTZ na području Međimurske županije, Obrada YouAre d.o.o.

## 2.7. Turističke usluge

Cilj ove analize je utvrditi postojeću ponudu turističkih usluga i pratećih sadržaja koji su od značaja za posjetitelje, kao i identificirati ključne mogućnosti za njihovo unapređenje i daljnji razvoj. Promatrajući cjelokupnu destinaciju, vidljivo je kako Međimurje raspolaže raznolikom i sadržajno bogatom ponudom koja obuhvaća širok spektar usluga – od organizacije putovanja i specijaliziranih turističkih doživljaja, preko smještajnih i ugostiteljskih kapaciteta, pa sve do maloprodajnih, kulturnih i edukativnih sadržaja.

U segmentu turističkih usluga, na području destinacije djeluje više licenciranih turističkih vodiča, ponajviše koncentriranih u Čakovcu i Svetom Martinu na Muri. Turističke agencije prisutne su u glavnim turističkim središtima poput Čakovca, Svetog Martina na Muri i Preloga, no riječ je uglavnom o manjim subjektima koji nude izletničke i incoming programe. Iako postoji solidna osnova za razvoj organiziranih turističkih proizvoda, primjetan je nedostatak koordiniranog sustava paket-aranžmana na razini cijele destinacije, što predstavlja prostor za unapređenje.

Posebno je razvijen segment turizma posebnih interesa. Vinski i eno-gastronomski turizam snažno je zastupljen kroz organizirane posjete vinarijama i obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima, osobito u Štrigovi, Svetom Martinu na Muri i Nedelišću. Zdravstveni i wellness turizam predvode Terme Sveti Martin, koje nude cjelovite programe rehabilitacije, opuštanja i aktivnog odmora. Istovremeno, sportski i rekreativni turizam obuhvaća organizirane biciklističke izlete, mogućnost najma bicikala te vođene šetnje i ornitološke ture, čime se dodatno valoriziraju prirodni resursi destinacije.

Turističko vođenje i interpretacija baštine razvijeni su kroz niz lokaliteta i institucija, poput Centra za posjetitelje „Med dvema vodama“, Matulovog grunta, Spomen dom rudarstva „Cimper“ etno-kuća i muzeja, gdje se posjetiteljima nude edukativni i interpretativni sadržaji. Unatoč tome, nedostaje jedinstvena mreža certificiranih vodiča s jasno profiliranim tematskim turama, što bi dodatno unaprijedilo kvalitetu doživljaja.

Smještajna i ugostiteljska ponuda također su raznolike, ali teritorijalno neujednačene. Najrazvijeniji smještajni kapaciteti nalaze se u Svetom Martinu na Muri, gdje dominiraju Terme i apartmanski smještaj, dok su ruralne kuće za odmor i manji objekti prisutni u Štrigovi, Nedelišću i Selnici. Grad Čakovec raspolaže ograničenim hotelskim kapacitetima, ali nudi kvalitetan privatni smještaj. Kamping i glamping segment još uvijek nije dovoljno razvijen, iako postoji izražen potencijal.

Ugostiteljska ponuda temelji se na kombinaciji tradicionalnih i suvremenih objekata. Restorani i konobe s regionalnim identitetom, poput Međimurskih dvora, Terbotza i drugih, čine važan dio ponude, dok brojni OPG-ovi nude autentična gastronomska iskustva kroz kušaonice i izravnu prodaju lokalnih proizvoda. Upravo ta autentičnost predstavlja jednu od ključnih konkurentskih prednosti destinacije.

U segmentu maloprodaje i pratećih sadržaja, posjetiteljima su dostupne suvenirnice i prodavaonice lokalnih proizvoda, osobito u Čakovcu i Svetom Martinu na Muri, dok turističko-informativni centri nude dodatne promotivne materijale i autohtone proizvode. Otvorene tržnice u Čakovcu i Prelogu pružaju autentičan doživljaj lokalnog života, a brojni OPG-ovi omogućuju izravnu kupnju vina, meda, sira i rukotvorina. Infrastrukturni sadržaji poput bankomata, mjenjačnica i benzinskih postaja dobro su razvijeni u većim središtima, dok je u manjim naseljima njihova dostupnost ograničena, što upućuje na potrebu boljeg informiranja i signalizacije.

Zabavni, kulturni i edukativni sadržaji dodatno obogaćuju ponudu destinacije. Brojne manifestacije, poput Porcijunkulova, Urbanova, Trash and burna, Martinja, Festivala rimske kulture, Ljeta uz Muru i Svetomartinskog krampuslaufa doprinose atraktivnosti tijekom cijele godine. Edukativni centri i radionice, osobito u okviru OPG-ova, omogućuju posjetiteljima aktivno sudjelovanje i dublje upoznavanje lokalne tradicije i načina života.

Zaključno, Međimurje raspolaže kvalitetnom i raznolikom turističkom ponudom koja se temelji na autentičnosti, očuvanoj prirodi i bogatoj kulturnoj baštini. Ključne snage destinacije očituju se u raznovrsnosti proizvoda – od vina i gastronomije do wellnesa i aktivnog turizma – kao i u visokoj razini kvalitete pojedinih objekata i usluga. Međutim, uočene slabosti odnose se prvenstveno na nedovoljnu povezanost dionika, izostanak sustavno oblikovanih paket-aranžmana te nedostatak centraliziranog mjesta za pregled i rezervaciju usluga.

U tom kontekstu, daljnji razvoj destinacije trebao bi biti usmjeren na uspostavu jedinstvene baze svih pružatelja turističkih usluga, jače povezivanje dionika kroz tematske turističke proizvode i itinerare, standardizaciju i promociju turističkih vodiča te razvoj digitalnih rješenja, poput mobilne aplikacije ili centralne online platforme, koja bi omogućila jednostavan pregled i rezervaciju cjelokupne ponude destinacije.

## 2.8. Analiza resursne osnove

Resursna osnova predstavlja ključni temelj za dugoročni razvoj održivog, konkurentnog i diferenciranog turističkog proizvoda. U slučaju Međimurja, riječ je o prostoru iznimne koncentracije prirodnih i kulturnih vrijednosti koje zajedno stvaraju snažan identitetski okvir destinacije. Analiza resursne osnove pokazuje kako Međimurje raspolaže bogatstvom materijalnih i nematerijalnih resursa, od kojih dio već sudjeluje u turističkoj ponudi, dok značajan dio još uvijek nije u potpunosti valoriziran, ali posjeduje visok razvojni potencijal.

U području kulture i baštine, Međimurje se ističe raznovrsnim i vrijednim kulturnim dobrima koja svjedoče o bogatoj povijesti i kontinuitetu života na ovom prostoru. Među najvažnijim objektima posebno se izdvajaju Stari grad Čakovec s Muzejom Međimurja kao središnja kulturno-povijesna institucija regije, zatim barokna crkva sv. Jeronima u Štrigovi, kapela sv. Jelene i mauzolej Zrinskih u Šenkovcu, kao i Spomen dom rudarstva Cimper u Murskom Središću koji predstavlja vrijedan primjer industrijske baštine. Ovi lokaliteti već imaju određenu razinu turističke valorizacije, ali i dodatni potencijal za interpretaciju kroz suvremene muzeološke i doživljajne koncepte.

Jednako važan segment čini nematerijalna kulturna baština, koja u Međimurju ima iznimno snažnu i autentičnu prisutnost. Međimurska popevka, upisana na UNESCO-ov popis nematerijalne svjetske baštine, predstavlja jedinstveni glazbeni izraz i snažan simbol identiteta regije. Tradicijski običaji vezani uz vinogradarstvo, poput Vincekova, Martinja i Urbanova, duboko su ukorijenjeni u svakodnevni život lokalne zajednice, dok aktivnosti poput komušanja kukuruza, izrade rukotvorina od luščinja, cekera i tradicijskih okupljanja (prela) nude velik potencijal za razvoj participativnih i edukativnih turističkih doživljaja. Posebnu vrijednost dodatno potvrđuje i umijeće skelarenja, kao nematerijalno kulturno dobro koje svjedoči o tradicionalnim načinima života uz rijeku Muru i Dravu, dok pokladni običaji, utjelovljeni kroz maske poput Cimera, Pikača i Lafri, predstavljaju živu tradiciju koja spaja zajednicu i doprinosi očuvanju lokalnog identiteta.

Uz nematerijalnu baštinu, značajnu ulogu imaju i manji, ali izuzetno vrijedni prirodni i krajobrazni lokaliteti. Bedekovićeve grabe, kao botanički rezervat, te Lovrecove platane kao spomenici prirode, predstavljaju vrijedne resurse koji se mogu kvalitetno integrirati u tematske, interpretacijske i edukativne turističke rute. Dodatnu vrijednost turističkoj ponudi daje i šetnica Mursko Središće – Sveti Martin na Muri, koja kao tematska staza povezuje prirodnu i kulturnu baštinu prostora te omogućuje razvoj održivih oblika rekreacije i interpretacije destinacije.

Dodatni sloj kulturne ponude čine arheološki lokaliteti, posebice u okolici Šenkovca i Preseke, koji još uvijek nisu sustavno uključeni u turističke tokove. Njihova valorizacija kroz tematske rute i suradnju s akademskom zajednicom mogla bi značajno obogatiti ponudu kulturnog turizma. Slično tome, tradicijski obrti i zanati, poput kovačije, bačvarstva ili izrade drvenih i pletenih predmeta, i dalje postoje, ali izvan formalne turističke ponude. Njihova revitalizacija i uključivanje u turističke programe može doprinijeti očuvanju baštine, ali i stvaranju autentičnih suvenira i radionica za posjetitelje.

Posebnu vrijednost imaju i vjerska događanja, poput procesija i proštenja vezanih uz blagdane sv. Jurja i Marije, koja imaju snažnu društvenu i identitetsku ulogu, ali i potencijal za razvoj duhovnog turizma. U gastronomskom smislu, Međimurje raspolaže nizom autohtonih proizvoda s izraženim identitetom – poput pušipela kao vinske perjanice regije te tradicionalnih jela poput međimurske gibanice, turoša, zlevke i mesa z tiblice. Upravo ova kombinacija vina i gastronomije predstavlja snažan temelj za daljnji razvoj eno-gastro turizma.

Lokalna arhitektura dodatno obogaćuje resursnu osnovu, pri čemu se ističu tradicijske drvene i zidane kuće koje su sačuvane diljem regije. Primjeri poput Matulovog grunta ili Mamičine škrinje pokazuju kako se ovi objekti mogu uspješno integrirati u turističku ponudu kroz interpretaciju baštine, tematska sela ili smještajne kapacitete s naglašenom pričom i identitetom.

Prirodna osnova Međimurja jednako je impresivna i predstavlja jedan od ključnih elemenata njegove atraktivnosti. Valoviti brežuljci prekriveni vinogradima, voćnjacima i šumama stvaraju prepoznatljiv krajobraz, a lokaliteti poput Mađerkinog brega i Mohokosa nude iznimne panoramske vizure te potencijal za razvoj vidikovaca, rekreativnih sadržaja i fotografskog turizma. Ovaj sklad prirode i krajolika jedan je od najvažnijih elemenata doživljaja destinacije.

Zaštićena prirodna područja dodatno naglašavaju vrijednost prostora. Regionalni park Mura-Drava predstavlja ekološki iznimno vrijednu zonu međunarodnog značaja, pogodnu za razvoj eko-turizma, edukacijskih programa i promatranja ptica. Bedekovićeve grabe, kao botanički rezervat, te Lovrecove platane kao spomenici prirode, predstavljaju manje, ali izuzetno vrijedne lokalitete koji se mogu integrirati u tematske i edukativne rute.

Rijeka Mura, zajedno sa svojim starim rukavcima, mlinovima na vodi i tradicionalnim skelama, predstavlja jednu od najautentičnijih prirodnih atrakcija regije. Njezini potencijali za razvoj plovidbe, veslanja, vođenih tura i interpretacijskih sadržaja još uvijek nisu u potpunosti iskorišteni. Uz to, niz manje poznatih lokaliteta poput Kuršanečkog luga, retencije Jegersek, Tulipanovca ili Frkanovečkih brega pruža mogućnosti za razvoj tzv. „tihog turizma“, odnosno ponude usmjerene na mir, prirodu i digitalni odmak od svakodnevice.

Zaključno, Međimurje se može definirati kao regija izuzetno visoke koncentracije raznolikih mikro-lokacija, u kojoj se na malom prostoru isprepliću vinogradarski krajolici, bogata kulturna baština i autentična tradicija. Njegovu posebnost čine sklad prirode i kulture, očuvana i živuća baština, snažan identitet temeljen na autohtonim proizvodima i glazbi, te prirodna raznolikost povezana s rijekama, brežuljcima i ruralnim prostorom.

Kako bi se ovi resursi u potpunosti valorizirali, nužno je usmjeriti razvoj prema stvaranju interpretacijskih sadržaja i tematskih ruta, revitalizaciji tradicijskih obrta, jačanju digitalne vidljivosti lokaliteta te aktivnoj suradnji s lokalnom zajednicom u cilju održivog upravljanja. Poseban naglasak treba staviti na razvoj integriranih doživljaja kroz tematske itinerare poput „Puti vode i vina“, „Zvuka i okusa Međimurja“ ili „Tihih bregova i zaboravljenih priča“, koji bi objedinjavali ključne resurse i pretvarali ih u prepoznatljive turističke proizvode.

## 2.9. Analiza javne turističke infrastrukture

Na području destinacije evidentirana je raznolika i prostorno raspoređena javna turistička infrastruktura koja obuhvaća ukupno 152 jedinice turističke infrastrukture (JTI). Struktura infrastrukture jasno pokazuje naglašenu ulogu ostalih oblika infrastrukture (109), dok je primarna infrastruktura zastupljena s 22 jedinice, a sekundarna s 21 jedinicom. Ovakav odnos upućuje na činjenicu da destinacija raspolaže širokom bazom sadržaja koji nadopunjuju turističku ponudu, ali istovremeno ukazuje na prostor za jačanje ključnih (primarnih) nositelja turističke atraktivnosti u skladu s načelima iz Pravilnik o javnoj turističkoj infrastrukturi, koji naglašava važnost funkcionalno i sadržajno zaokružene infrastrukture.

Analiza prema vrstama infrastrukture pokazuje izrazitu dominaciju info punktova, turističke signalizacije i interpretacijskih sadržaja te parkirališne infrastrukture. Ovi podaci ukazuju na dobru razvijenost osnovne

logističke i informacijske potpore turistima, što je ključan preduvjet za kvalitetno upravljanje posjetiteljskim tokovima. Također, značajan udio imaju biciklističke rute i pješačke staze, što potvrđuje stratešku orijentaciju destinacije prema aktivnom i održivom turizmu, osobito cikloturizmu i rekreaciji u prirodi.

S druge strane, pojedine kategorije su slabo zastupljene ili gotovo marginalne, poput kupališta, kongresnih centara, interpretacijskih centara te objekata posvećenih znamenitim osobama. Ovakva struktura ukazuje na nedovoljno razvijene specijalizirane sadržaje koji bi mogli generirati veću dodanu vrijednost, produžiti boravak turista i diversificirati ponudu, osobito u segmentima kulturnog, zdravstvenog i poslovnog turizma.

Prostorna distribucija infrastrukture dodatno naglašava koncentraciju sadržaja u nekoliko ključnih jedinica lokalne samouprave. Grad Čakovec prednjači s čak 83 evidentirane jedinice, što ga jasno pozicionira kao administrativno, kulturno i turističko središte destinacije. Slijede Štrigova (16), Sveti Martin na Muri (15) i Nedelišće (21), koje zajedno čine jezgru turističke aktivnosti, osobito u segmentima eno-gastronomije, wellness turizma i aktivnog odmora. Nasuprot tome, pojedine JLS imaju vrlo ograničen broj infrastrukture (1–2 jedinice), što ukazuje na neravnomjernu razvijenost i potrebu za ciljanim ulaganjima u manje razvijena područja.

Zaključno, destinacija raspolaže solidnom osnovom javne turističke infrastrukture, posebno u segmentima dostupnosti, signalizacije i rekreacijskih sadržaja. Međutim, u skladu s važećim normativnim okvirom i principima održivog razvoja turizma, ključni izazov predstavlja jačanje primarne infrastrukture i razvoj tematski profiliranih sadržaja (interpretacijski centri, kulturne atrakcije, kongresni kapaciteti), kao i ravnomjernija teritorijalna distribucija infrastrukture. Takav pristup omogućio bi povećanje konkurentnosti destinacije, bolju disperziju turističkih tokova te dugoročno održivo upravljanje turističkim razvojem.

U nastavku se nalaze tablični prikazi javne turističke infrastrukture po kategorijama, vrstama te disperziji po jedinicama lokalne samouprave, a potpuni popis javne turističke infrastrukture nalazi se u prilogu ovog Plana.

*Tablica 12. Javna turistička infrastruktura cjelokupne destinacije (popis)*

| Kategorija JTI      | Broj od vrsta |
|---------------------|---------------|
| Ostalo              | 109           |
| Primarna JTI        | 22            |
| Sekundarna JTI      | 21            |
| <b>Ukupni zbroj</b> | <b>152</b>    |

| Vrsta JTI                      | Broj JTI |
|--------------------------------|----------|
| Arheološka nalazišta           | 1        |
| Biciklistička ruta             | 13       |
| Centar za posjetitelje         | 7        |
| Dvorci, kurije, utvrde         | 2        |
| Info ploče, tur. signalizacija | 35       |
| Interpretacijski centar        | 3        |
| Javni sanitarni čvorovi        | 2        |
| Kongresni centar               | 2        |
| Kupalište                      | 1        |
| Odmorište-vidikovac            | 4        |
| Parkirališta                   | 42       |
| Pješačke staze                 | 11       |
| Plutajući objekti              | 2        |
| Povijesni spomenici            | 8        |

|                               |            |
|-------------------------------|------------|
| Rodna kuća poznate osobe      | 1          |
| Sportski objekti              | 14         |
| Šetnice                       | 2          |
| Vozila-plovila za prijevoz... | 2          |
| <b>Ukupni zbroj</b>           | <b>152</b> |

| <b>JLS</b>                     | <b>Broj JTI</b> |
|--------------------------------|-----------------|
| Čakovec                        | 83              |
| Donji Vidovec-Prelog           | 1               |
| Mursko Središće                | 6               |
| Mursko Središće-Donji Vidovec  | 1               |
| Nedelišće                      | 21              |
| Prelog                         | 2               |
| Sveti Juraj na bregu           | 2               |
| Sveti Juraj na Bregu – Čakovec | 2               |
| Sveti Martin na Muri           | 15              |
| Šenkovec                       | 1               |
| Štigova                        | 1               |
| Štrigova                       | 16              |
| Vratišinec                     | 1               |
| <b>Ukupni zbroj</b>            | <b>152</b>      |

Izvor: TZ Međimurske županije, Obrada YouAre d.o.o.

## 2.10. Analiza komunalne infrastrukture

Analiza komunalne i tehničke infrastrukture pokazuje da Međimurje raspolaže stabilnim i funkcionalnim sustavima koji u velikoj mjeri podržavaju razvoj turizma, ali i ukazuje na određene izazove i razvojne prilike, osobito u ruralnim i brežuljkastim dijelovima destinacije. Infrastrukturna opremljenost predstavlja važan temelj za kvalitetno iskustvo posjetitelja, ali i za održivo upravljanje turističkim rastom, zbog čega je nužno promatrati njezin razvoj u korelaciji s turističkim potrebama i suvremenim trendovima.

U segmentu energetske infrastrukture, regija je pouzdano priključena na nacionalnu elektroenergetsku mrežu, s dostatnim kapacitetima za potrebe stanovništva i turističkog sektora. Modernizirane transformatorske stanice i redovito održavanje mreže dodatno osiguravaju stabilnost sustava. Međutim, poseban razvojni potencijal leži u korištenju obnovljivih izvora energije. Velik broj sunčanih dana, zajedno s rasprostranjenim krovnim površinama na kućama za odmor, OPG-ovima i vinskim kućama, čini Međimurje iznimno pogodnim za razvoj solarnih elektrana. Već postoje pozitivni primjeri implementacije takvih rješenja, primjerice u vinarijama i Termama Sveti Martin, što ukazuje na mogućnost šire primjene. Dugoročno gledano, razvoj mikroenergetskih mreža i lokalnih strategija temeljenih na obnovljivim izvorima energije – uključujući fotonaponske sustave, biomasu i geotermalnu energiju – može značajno doprinijeti energetskej održivosti destinacije.

Telekomunikacijska infrastruktura u Međimurju relativno je dobro razvijena, s gotovo potpunom pokrivenošću mobilnom 4G mrežom te dostupnošću brzog interneta (optika i DSL) u većim naseljima i turističkim središtima poput Čakovca. Ipak, u izdvojenim ruralnim područjima, osobito na vinskim brežuljcima i u manjim naseljima, i dalje postoji slabija dostupnost internetske mreže. To predstavlja izazov u kontekstu razvoja pametne destinacije, budući da suvremeni turistički proizvodi sve više ovise o digitalnoj povezanosti. Stoga je nužno ulagati u jačanje ruralne digitalne infrastrukture, uključujući postavljanje javnih Wi-Fi točaka na izletištim, biciklističkim i pješačkim stazama te ključnim turističkim punktovima. Implementacija digitalnih rješenja poput QR vodiča, pametne signalizacije i e-bike sustava dodatno naglašava potrebu za kvalitetnom mrežnom pokrivenošću.

U području vodoopskrbe, sustav je stabilan i pouzdan te pokriva sva naselja, uključujući i turistički relevantne lokacije. Međutim, izazovi su izraženiji u segmentu odvodnje i kanalizacije, osobito u brežuljkastim područjima i vikend zonama, gdje dio objekata još uvijek koristi septičke jame. Takva rješenja predstavljaju potencijalni ekološki rizik, posebno u kontekstu povećanog turističkog prometa. Stoga je prioritet ubrzati razvoj centraliziranih kanalizacijskih sustava u tim područjima, uz paralelnu edukaciju lokalnih dionika o održivim i ekološki prihvatljivim sustavima obrade otpadnih voda.

Sustav gospodarenja otpadom u većini je općina organiziran kroz odvojeno prikupljanje, uz operativnu podršku komunalnih poduzeća poput Komunalca Čakovec. Na terenu su uspostavljeni tzv. „zeleni otoci“, no uočava se potreba za boljom preglednošću, standardizacijom i kontinuiranom edukacijom korisnika. Poseban izazov predstavlja povećani pritisak na sustav tijekom velikih manifestacija, poput Urbanova ili Martinja, kada dolazi do naglog povećanja količine otpada. U tom kontekstu nužno je unaprijediti logistiku odvoza otpada, ali i povećati broj i dostupnost spremnika za reciklažu, osobito u vinorodnim i rekreativnim zonama.

Sigurnosni aspekt infrastrukture također je važan segment u razvoju destinacije. Iako na području Međimurja nema minski sumnjivih zona, određeni izazovi prisutni su u kontekstu neklasificiranih biciklističkih i makadamskih puteva, osobito u brežuljkastim dijelovima. Takve rute mogu predstavljati poteškoću za posjetitelje bez adekvatne pripreme ili informacija. Dodatno označavanje planinarskih, biciklističkih i šumskih staza, osobito u vrijeme većih događanja poput Vincekovog pohoda, ključno je za povećanje sigurnosti i kvalitete boravka.

Zaključno, komunalna i tehnička infrastruktura Međimurja može se ocijeniti kao solidno razvijena i funkcionalna, no daljnji razvoj turizma zahtijeva ciljne intervencije i modernizaciju. Prioriteti uključuju jačanje digitalne infrastrukture u ruralnim područjima, ubrzanje ulaganja u sustave odvodnje i vodnog gospodarstva, poticanje korištenja obnovljivih izvora energije te bolju integraciju turističke i komunalne

infrastrukture. Upravo kroz takav integrirani pristup moguće je osigurati održiv razvoj destinacije, podići kvalitetu usluge i unaprijediti cjelokupno iskustvo posjetitelja.

## 2.11. Analiza prometne infrastrukture

Prometna infrastruktura i dostupnost predstavljaju jedan od ključnih elemenata turističke konkurentnosti destinacije, jer izravno utječu na lakoću dolaska, kretanje unutar prostora te ukupno iskustvo posjetitelja. U tom kontekstu, Međimurje se može ocijeniti kao dobro povezano i lako dostupno područje, osobito za individualne goste i izletnike, pri čemu cestovni promet ima dominantnu ulogu.

Regija je kvalitetno povezana s ostatkom Hrvatske te susjednim državama Slovenijom i Mađarskom, ponajprije zahvaljujući autocesti A4 koja omogućuje brz i jednostavan dolazak iz smjera Zagreba preko Varaždina prema Čakovcu i dalje prema sjeveru. Uz to, mreža državnih cesta, poput D209, D3 i D20, osigurava dobru povezanost unutar same regije, ali i s okolnim područjima. Ovakva prometna struktura čini Međimurje lako dostupnim za jednodnevne i vikend posjete, što je posebno važno za kontinentalni turizam. Unutar same destinacije, tzv. mikro-dostupnost na zadovoljavajućoj je razini. Većina naselja povezana je asfaltiranim prometnicama koje prate specifičan valoviti reljef, što dodatno doprinosi atraktivnosti prostora, osobito za razvoj biciklističkog i izletničkog turizma. Turističke točke poput vidikovaca, vinskih kuća i mlinova uglavnom su dostupne vozilom, no u pojedinim slučajevima uočava se potreba za boljom signalizacijom, kao i za proširenjem ili unapređenjem prometnica, osobito u vinogradarskim područjima gdje su ceste često uske.

Željeznička infrastruktura ima ograničenu ulogu u turističkom prometu. Čakovec predstavlja glavno željezničko čvorište s linijama prema Zagrebu (preko Varaždina) i Mađarskoj (preko Kotoribe), dok manja mjesta poput Murskog Središća, Nedelišća i Donjeg Kraljevca imaju vlastite stanice. Međutim, lokalni putnički promet nije dovoljno razvijen, a željeznica se u većoj mjeri koristi za teretni prijevoz. Iako trenutno nema značajnu turističku funkciju, modernizacija i bolje povezivanje željezničkog sustava moglo bi otvoriti nove mogućnosti za održiviji oblik dolaska u destinaciju.

Zračna dostupnost također je ograničena, ali funkcionalna u regionalnom kontekstu. Najbliža zračna luka nalazi se u Varaždinu, no s ograničenim kapacitetima, dok glavnu ulaznu točku za inozemne goste predstavlja Zračna luka Zagreb, udaljena približno 100 kilometara. Dodatnu specifičnost čini letjelište u Pribislavcu, koje se koristi za sportsko-rekreativne i promotivne aktivnosti, ali zasad nema značajniju ulogu u redovnom turističkom prometu.

Riječni promet na rijeci Muri nije razvijen u komercijalnom smislu, no upravo u tome leži njegov potencijal kao autentične turističke atrakcije. Tradicionalne skele u Murskom Središću i Križovcu već danas predstavljaju zanimljiv doživljaj za posjetitelje (Skele kod Skelarske i Mlinarske kuće u Svetom Martinu na Muri), dok postoji prostor za razvoj dodatnih sadržaja poput manjih pristaništa, rekreacijskog veslanja i organiziranih vožnji čamcima, što bi dodatno obogatilo ponudu aktivnog i doživljajnog turizma.

Kada je riječ o prometu u pokretu, prednosti se očituju u dobro razvijenoj mreži regionalnih i lokalnih cesta, kao i u postupnom razvoju biciklističke infrastrukture, osobito kroz međimursku vinsku cestu i povezane rute. Turistička signalizacija prisutna je u glavnim zonama, no izazovi su i dalje vidljivi u slabijoj označenosti manjih turističkih punktova, poput OPG-ova i vidikovaca. Također, pojedini prilazi vinogradima i atraktivnim lokacijama nisu asfaltirani ili su nedovoljno široki za veći broj posjetitelja, što može ograničiti pristupačnost. Promet u mirovanju, odnosno parkirališna infrastruktura, razvijena je u većim središtima poput Čakovca, Svetog Martina na Muri i Murskog Središća, gdje postoje uređena javna parkirališta u blizini glavnih atrakcija. Brojne vinarije i OPG-ovi dodatno osiguravaju vlastite parkirne kapacitete za osobna vozila. Međutim, uočava se nedostatak organiziranih parkirališta za autobuse, osobito u ruralnim i vinogradarskim područjima te kod popularnih vidikovaca poput Mađerkinog brega i Mohokosa. U tom smislu postoji značajan potencijal za razvoj privremenih ili sezonskih parkirališta tijekom velikih manifestacija poput Urbanova ili Martinja.

Zaključno, Međimurje raspolaže kvalitetnom osnovnom prometnom infrastrukturom koja omogućuje dobru dostupnost i relativno jednostavno kretanje unutar destinacije, posebno za individualne goste. Ipak, za daljnji razvoj turizma potrebno je usmjeriti aktivnosti prema unaprjeđenju javnog prijevoza, osobito vikendom, modernizaciji željezničke infrastrukture u turističke svrhe, proširenju i uređenju prometnica u vinogradarskim područjima te razvoju dodatnih parkirališnih kapaciteta. Poseban naglasak treba staviti na razvoj intermodalne mobilnosti, odnosno bolje povezivanje različitih oblika prijevoza – automobila, bicikla i javnog prijevoza – čime bi se dodatno unaprijedila pristupačnost i održivost destinacije.

## 2.12. Analiza stanja digitalizacije

Digitalna transformacija destinacije Međimurje nalazi se u fazi koja otvara niz prilika za daljnji razvoj u smjeru pametnog, održivog i učinkovitog upravljanja turizmom. Na području svih šest turističkih zajednica – od Čakovca do Svetog Martina na Muri i Štrigove – već postoje solidne osnove za daljnje digitalno jačanje, a mnogi lokalni primjeri pokazuju spremnost za usvajanje novih tehnologija i pristupa.

Destinacija je većim dijelom pokrivena kvalitetnim internetskim signalom i mobilnim mrežama, osobito u urbanim i turistički aktivnijim središtima. Javna Wi-Fi mreža dostupna je u nizu objekata i institucija, a sve više poduzetnika u turizmu digitalizira svoje poslovanje kroz vlastite web stranice, prisutnost na platformama i korištenje alata za promociju i prodaju usluga. Posebno se ističu objekti poput Termi Sveti Martin, Centra Med dvema vodama ili manjih OPG-ova i vinarija koji su implementirali napredna digitalna rješenja. Ovi primjeri potvrđuju da na terenu postoji znanje, entuzijazam i motivacija za daljnje digitalno osnaživanje destinacije.

Veliki potencijal leži u povezivanju postojećih digitalnih kapaciteta u jedinstvenu regionalnu platformu koja bi objedinjavala informacije, rezervacije, itinerare i lokalnu ponudu na jednome mjestu. Time bi se svim dionicima – turistima, lokalnim poduzetnicima, zajednicama i upravljačima – omogućila bolja međusobna povezanost i učinkovitije upravljanje turističkim tokovima. Uvođenje takvih sustava, u kombinaciji s planiranim rješenjima Ministarstva turizma i sporta za digitalno upravljanje destinacijama i turističkim tokovima, predstavlja realnu i dostižnu priliku za pozicioniranje Međimurja kao predvodnika u pametnom i održivom turizmu.

Osim infrastrukturnog razvoja, Međimurje ima potencijal postati primjer dobre prakse i u razvoju digitalnih kompetencija lokalne zajednice. Povećanjem ulaganja u edukaciju i podršku za male poduzetnike, vodiče i OPG-ove, može se dodatno potaknuti korištenje digitalnih alata, unaprijediti promocija i prodaja te osnažiti cjelokupni doživljaj destinacije. Edukativne radionice, mentorstva i digitalna umreženost dionika ključni su alati koji će pridonijeti konkurentnosti i održivosti.

Dodatno, unaprjeđenjem transparentne komunikacije prema posjetiteljima, razvojem personaliziranih digitalnih sadržaja, pametnih info-točaka i signalizacije, Međimurje može poboljšati korisničko iskustvo i diferencirati se na turističkom tržištu kao regija u kojoj su suvremenost i lokalna autentičnost u punom skladu.

Zaključno, digitalizacija turizma u Međimurju nije samo tehnički proces već strateška prilika za sveobuhvatan iskorak prema pametnoj destinaciji. Postojeće inicijative, spremnost lokalnih dionika i smjerovi nacionalnih politika stvaraju povoljno okruženje u kojem se digitalna rješenja mogu brzo i učinkovito integrirati. Na taj način Međimurje može postati destinacija koja ne samo da prati trendove, već ih i stvara – pametno, održivo i s jasnim fokusom na kvalitetu života i zadovoljstvo posjetitelja.

## 2.13. Analiza stanja pristupačnosti destinacije osobama s posebnim potrebama

Pristupačni turizam predstavlja jedan od ključnih elemenata suvremenog i održivog razvoja destinacije, jer podrazumijeva omogućavanje jednakog pristupa turističkim proizvodima, uslugama i okruženju svim posjetiteljima, neovisno o njihovim fizičkim, senzornim ili kognitivnim sposobnostima. U tom smislu, pristupačnost nije samo pitanje infrastrukture, već i kvalitete usluge, dostupnosti informacija te ukupne inkluzivnosti destinacije. Analiza stanja u Međimurju pokazuje kako su određeni pomaci već ostvareni, no razvoj pristupačnog turizma još uvijek je u početnoj fazi, osobito izvan većih urbanih središta.

Kada je riječ o fizičkoj pristupačnosti, vidljivo je da su pojedini veći turistički objekti prepoznali važnost prilagodbe. Tako, primjerice, veći smještajni kapaciteti poput Termi Sveti Martin nude djelomično prilagođene smještajne jedinice koje uključuju elemente poput rampi, dizala i funkcionalnijih kupaonica. Također, određene kulturne institucije u urbanim sredinama, poput Muzeja Međimurja u Čakovcu ili Centra za kulturu Rudar u Murskom Središću, u određenoj su mjeri prilagođene osobama s invaliditetom. Međutim, najveći izazovi prisutni su u ruralnim područjima, gdje turistička infrastruktura – uključujući vinske ceste, OPG-ove i vidikovce – u pravilu nije dostupna osobama smanjene pokretljivosti. Pristupi su često strmi, neuređeni i bez osnovnih elemenata prilagodbe poput rampi ili rukohvata. Dodatni problem predstavlja i nedovoljno prilagođen javni prijevoz, koji nije standardiziran za potrebe osoba s invaliditetom.

Pristupačnost javnih prostora djelomično je osigurana u uređenim urbanim zonama, poput trgova i šetnica u Čakovcu ili uz rijeku Muru, no i dalje nedostaju ključni elementi poput taktilnih staza, kontrastne signalizacije, prilagođenih sanitarnih čvorova te sustava za orijentaciju slijepih i slabovidnih osoba. Slično vrijedi i za prirodne lokalitete i poučne staze, koje iako atraktivne, nisu prilagođene osobama u invalidskim kolicima ili onima sa smanjenom pokretljivošću.

Komunikacijska pristupačnost predstavlja dodatno područje koje zahtijeva značajna unaprjeđenja. Trenutno web stranice turističkih zajednica nisu optimizirane za korištenje putem čitača zaslona, ne nude verzije prilagođene slabovidnim osobama niti sadržaje pisane jednostavnim, pristupačnim jezikom. Također, nedostaju zvučni vodiči, materijali na Brailleovom pismu i multimedijalni sadržaji prilagođeni osobama s oštećenjem vida i sluha. Turistička signalizacija uglavnom je standardna i ne uključuje vizualne ili taktilne elemente koji bi olakšali snalaženje osobama s različitim poteškoćama, što dodatno ograničava dostupnost informacija.

U segmentu usluga, situacija je slična. Pristupačne smještajne jedinice postoje uglavnom u većim hotelskim objektima, dok privatni smještaj, osobito u ruralnim i brežuljkastim područjima, u pravilu nije prilagođen osobama s invaliditetom. Ugostiteljski objekti često imaju arhitektonske barijere poput stepenica i uskih ulaza, a prilagođeni sanitarni čvorovi su rijetkost. Dodatno, jelovnici su rijetko dostupni u digitalnom ili pristupačnom formatu. Kulturni i zabavni sadržaji pokazuju određeni stupanj prilagodbe u institucionalnim okvirima, no manifestacije i događanja uglavnom se organiziraju bez sustavnog uključivanja elemenata pristupačnosti, poput rezerviranih mjesta, asistencije ili prilagođene komunikacije.

Važan aspekt pristupačnosti odnosi se i na društvenu i kognitivnu dimenziju. U destinaciji trenutno ne postoji sustavna edukacija turističkih djelatnika o radu s osobama s invaliditetom, što rezultira nedostatkom znanja i senzibiliteta za specifične potrebe ove skupine. Osobe s invaliditetom rijetko se prepoznaju kao relevantna ciljna skupina, niti su aktivno uključene u razvoj turističke ponude. Nedostatak specijaliziranih programa, vodiča i ambasadora pristupačnog turizma dodatno ograničava razvoj ovog segmenta.

Zaključno, iako Međimurje posjeduje određene elemente pristupačnosti, oni su fragmentirani i ovise o pojedinačnim inicijativama, a ne o sustavno planiranom pristupu na razini destinacije. Za značajniji iskorak potrebno je uspostaviti strateški okvir razvoja pristupačnog turizma koji će uključivati mapiranje postojećih pristupačnih objekata i njihovu digitalnu dostupnost, unaprjeđenje fizičke infrastrukture kroz prilagodbu ključnih atrakcija i objekata, te razvoj edukacijskih programa za turističke djelatnike. Posebnu važnost ima digitalna prilagodba sadržaja – uključujući web stranice, promotivne materijale i vodiče – kao i aktivno

uključivanje osoba s invaliditetom u proces planiranja i evaluacije turističkih proizvoda. Samo kroz takav inkluzivan i sustavan pristup moguće je razviti destinaciju koja je uistinu dostupna svima.

#### 2.14. Analiza organiziranosti i dostupnosti usluga u destinaciji (javne usluge i servisi)

Na području destinacije Međimurje, koju čini šest turističkih zajednica – TZ Grada Čakovca, TZ Grada Preloga / Dravsko blago, TZ Općine Štrigova, TZ Općine Sveti Martin na Muri, TZP Mura i gorice te TZP Srce Međimurja – općenita organiziranost i dostupnost javnih usluga i servisa vrlo je dobra te predstavlja važan temelj za kvalitetu života lokalnog stanovništva i zadovoljstvo posjetitelja. Iako je većina javnih usluga prvenstveno usmjerena na potrebe lokalne zajednice, mnoge su se već prilagodile i turistima, pružajući informacije, pristup i usluge koje doprinose ukupnom doživljaju boravka u regiji.

Zdravstvene ustanove u Čakovcu, Prelogu i Murskom Središću, kao središnjim mjestima, nude širok spektar osnovnih i specijalističkih zdravstvenih usluga. Turisti mogu koristiti usluge hitne medicinske pomoći, ljekarne i domove zdravlja, a u Svetom Martinu na Muri dostupni su dodatni sadržaji u sklopu zdravstveno-turističkog kompleksa Termi Sveti Martin. Ljekarne su dobro raspoređene, a zdravstveni objekti su sve više povezani s nacionalnim sustavima e-zdravstva, čime se omogućava brža i učinkovitija skrb, uključujući i za strane turiste.

Financijske i poštanske usluge dostupne su u gotovo svim većim naseljima, s većim brojem bankomata, mjenjačnica i poslovnica banaka u Čakovcu, Prelogu, Svetom Martinu na Muri i Murskom Središću. Poštanski uredi su prisutni u gotovo svim jedinicama lokalne samouprave, a većina pruža osnovne digitalne usluge poput slanja, praćenja pošiljaka i plaćanja računa. Turistima je osigurana dobra dostupnost financijskih servisa, a kartično plaćanje široko je prihvaćeno u ugostiteljstvu, maloprodaji i uslugama.

Obrazovne i kulturne ustanove važan su dio društvene infrastrukture. Osnovne i srednje škole, knjižnice i kulturni centri aktivno djeluju u svim općinama i gradovima, a kulturna scena je vrlo dinamična, osobito u Čakovcu. Muzeji, izložbeni prostori i centri za posjetitelje sve češće nude sadržaje koji su prilagođeni turistima, uključujući dvojezične interpretacije i tematske programe. Događanja poput Festivala Trash and burn, Dana turizma u Svetom Martinu na Muri, Martinja ili Svetomartinskog krampuslaufa aktivno povezuju lokalne institucije s turističkom ponudom.

Vjerske zajednice redovito provode svoje aktivnosti u brojnim crkvama i kapelicama diljem Međimurja, a mnoge su istovremeno i značajna kulturna dobra i turističke atrakcije. Vjerski objekti, osobito u Svetom Martinu na Muri i Štrigovi, uključeni su u kulturne rute i vjerski turizam.

Javni prostori, parkovi, trgovi i šetnice u destinaciji generalno su dobro uređeni, održavani i funkcionalni. U Čakovcu i Prelogu postoji razvijena urbana infrastruktura, dok se u manjim sredinama kontinuirano ulaže u unapređenje javnog prostora kroz EU projekte i lokalne inicijative. Informativne table, klupe, igrališta i biciklističke staze sve su češći elementi koji doprinose kvaliteti boravka kako domaćih ljudi, tako i gostiju.

Javne službe, osobito žurne – policija, vatrogasci i hitna pomoć – dobro su organizirane i operativno prisutne na razini cijele destinacije. Policijske postaje i ispostave djeluju u Čakovcu, Prelogu i Murskom Središću, a vatrogasne postrojbe i dobrovoljna vatrogasna društva aktivna su u gotovo svakoj zajednici. Sustav civilne zaštite djeluje u koordinaciji sa županijom te redovito sudjeluje u preventivnim i edukativnim aktivnostima. Posebno vrijedi istaknuti spremnost lokalne zajednice na brzu reakciju u kriznim situacijama i dobru suradnju među službama.

U cjelini, Međimurje se može smatrati dobro organiziranom i funkcionalnom destinacijom u kojoj se javne usluge pružaju na način koji istodobno podržava svakodnevni život stanovništva i odgovara potrebama suvremenih turista. Daljnje usklađivanje dostupnih usluga s digitalnim alatima, kao i snažnija promocija njihovih turistički relevantnih aspekata, predstavlja priliku za dodatno poboljšanje ukupne dostupnosti i korisničkog iskustva. Destinacija na taj način gradi svoj identitet kao prostor ugodan za život i boravak, u kojem je lokalna kvaliteta života u izravnoj vezi s kvalitetom turističke ponude.

## 2.15. Analiza stanja i potreba ljudskih potencijala

Analiza stanja i potreba ljudskih potencijala na području destinacije Međimurje, koja obuhvaća šest turističkih zajednica (Čakovec, Prelog / Dravsko blago, Štrigova, Sveti Martin na Muri, TZP Mura i gorice te TZP Srce Međimurja), ukazuje na nekoliko ključnih smjerova razvoja u sektoru turizma i ugostiteljstva. Iako na terenu već postoji niz pozitivnih primjera lokalne inicijative i suradnje, sustavan i strateški pristup upravljanju ljudskim potencijalima ostaje prostor s velikim razvojnim potencijalom.

Prema dostupnim dokumentima i informacijama iz djelovanja turističkih zajednica, trenutno je vidljiv manjak radne snage u ključnim uslužnim sektorima – osobito u ugostiteljstvu, hotelskom smještaju i animaciji. Taj manjak najizraženiji je tijekom glavne turističke sezone, iako Međimurje nije izrazito sezonalna destinacija. Potrebe poslodavaca uključuju radnike srednje i više stručne spreme, pri čemu se često ističu nedostatak praktičnih vještina, poznavanja stranih jezika i spremnosti na fleksibilno radno vrijeme.

Iako strukturirane ankete i istraživanja tržišta rada nisu provedene na razini svih uključenih TZ-ova, iz razgovora s pružateljima usluga i sudionika manifestacija može se zaključiti da postoji interes za većim povezivanjem s obrazovnim institucijama i jačanjem suradnje u području strukovnog obrazovanja. U tom kontekstu, snažno se ističe potreba za razvojem dualnog obrazovanja, u kojem bi poslodavci i škole zajednički kreirali sadržaj obrazovnih programa i uključivali učenike u realno radno okruženje.

Nacionalne mjere Ministarstva turizma i sporta, poput stipendija za učenike i studente turističkih zanimanja te uspostava regionalnih centara kompetentnosti, predstavljaju važan okvir koji treba dodatno prilagoditi lokalnim potrebama. U Međimurju bi veliki doprinos mogao dati projekt strukturirane promocije turističkih zanimanja među osnovnoškolcima i srednjoškolcima, kako bi se ojačala percepcija turizma kao dinamičnog i perspektivnog sektora.

Uloga turističkih zajednica u ovom procesu iznimno je važna. One mogu djelovati kao koordinator i veza između javnog i privatnog sektora – organizirati radionice i okrugle stolove s poslodavcima i školama, prikupljati povratne informacije o deficitarnim zanimanjima te promovirati nacionalne programe stipendiranja i stručnog usavršavanja. Posebno vrijednim pokazuje se uključivanje mladih u projekte valorizacije lokalne kulturne i prirodne baštine, čime se stvara emocionalna povezanost s destinacijom i gradi potencijalna baza budućih kadrova.

Što se tiče samih turističkih zajednica, većina njih djeluje s malim timovima, često s jednim zaposlenikom, uz podršku vanjskih suradnika. Iako su ti timovi visoko motivirani i uključeni u rad s lokalnim dionicima, dodatno jačanje organizacijskih kapaciteta kroz edukaciju, zapošljavanje dodatnog kadra i sustavno planiranje ljudskih resursa bilo bi korisno. U tom smislu, važno je provoditi aktivnosti vezane uz razvoj baza potencijalnih kandidata, definiranje godišnjih potreba za zapošljavanjem i unapređenje selekcijskih postupaka, posebno za specijalizirane funkcije (npr. digitalni marketing, projektni menadžment, interpretacija baštine).

Suradnja s međunarodnim partnerima mogla bi dodatno obogatiti pristup – kroz razmjenu znanja, identifikaciju primjera dobre prakse i stvaranje prilika za međunarodnu mobilnost mladih kadrova u sektoru turizma. Takve aktivnosti mogle bi se realizirati u okviru Erasmus+ programa, Interreg suradnji i tematskih edukacijskih projekata.

Zaključno, Međimurje ima dobru osnovu za razvoj sustava upravljanja ljudskim potencijalima u turizmu. Povećanjem koordinacije između obrazovnih institucija, poslodavaca i turističkih zajednica te provođenjem ciljanih mjera privlačenja i zadržavanja kadrova, moguće je osigurati održivost turističkog sektora i njegovu konkurentnost u nadolazećim godinama. U tom procesu ključna će biti upravo uloga lokalnih turističkih zajednica kao pokretača i poveznice svih dionika uključenih u razvoj ljudskih resursa.

## 2.16. Analiza komunikacijskih aktivnosti

U ovom projektu sudjeluje šest lokalnih turističkih zajednica koje zajednički djeluju na području Destinacije, svaka sa svojim specifičnim karakteristikama, ali i zajedničkim ciljem promocije destinacije:

1. Turistička zajednica Grada Čakovca
2. Turistička zajednica Grada Preloga / Dravsko blago
3. Turistička zajednica Općine Štrigova
4. Turistička zajednica Općine Sveti Martin na Muri
5. Turistička zajednica Područja Mura i gorice
6. Turistička zajednica Područja Srce Međimurja

Analiza obuhvaća pregled digitalnih i klasičnih komunikacijskih aktivnosti, partnerskih suradnji, načina prijenosa informacija turistima i usklađenosti marketinških poruka s nacionalnim i regionalnim strategijama.

Analiza komunikacijskih aktivnosti turističkih zajednica na području Međimurja obuhvaća digitalne i klasične kanale, suradnju s partnerima, načine prijenosa informacija prema posjetiteljima te usklađenost marketinških poruka s regionalnim i nacionalnim strateškim okvirima. Dobiveni uvidi ukazuju na postojanje osnovnih komunikacijskih aktivnosti u svim turističkim zajednicama, ali i na izraženu fragmentiranost sustava, nedostatak koordinacije te neiskorišten potencijal zajedničkog nastupa destinacije.

U pogledu korištenja komunikacijskih kanala, sve turističke zajednice koriste temeljne alate poput web stranica i društvenih mreža, no s različitom razinom razvijenosti i profesionalizacije. Pojedine destinacije, poput Čakovca, Svetog Martina, Štrigove i područja Srce Međimurja, imaju aktivne i sadržajno bogatije web stranice, dok su druge, poput Preloga i područja Mura i gorice, manje ažurirane i funkcionalno ograničene. Neujednačenost je vidljiva i u vizualnom identitetu te strukturi sadržaja, a nedostaje međusobno povezivanje i logična navigacija između pojedinih destinacija. Društvene mreže, osobito Facebook i Instagram, koriste se u svim turističkim zajednicama, pri čemu se najveći angažman bilježi kod destinacija koje ulažu u vizualni storytelling i promociju događanja. Ipak, izostaje koordinirani pristup, zajednički identitet i planske kampanje, dok alati poput newslettera i sustavne e-mail komunikacije gotovo uopće nisu razvijeni. Tiskani materijali, poput brošura i karata, i dalje imaju važnu ulogu te se redovito distribuiraju kroz turističko-informativne centre, smještajne objekte i manifestacije.

Digitalna prisutnost destinacije pokazuje određene nedostatke koji ograničavaju njezinu konkurentnost. Web stranice često nisu prilagođene suvremenim standardima, uključujući pristupačnost za osobe s invaliditetom, integraciju interaktivnih karata, planera putovanja ili naprednih funkcionalnosti poput filtriranja sadržaja. Razina SEO optimizacije i dostupnost sadržaja na stranim jezicima varira, što utječe na vidljivost na međunarodnim tržištima. Iako se društvene mreže koriste za promociju prirode, manifestacija i gastronomije, izostaje sustavno praćenje rezultata, kao i korištenje plaćenih kampanja putem alata poput Google Ads ili Meta Ads. Digitalni marketing u cjelini nije strateški razvijen, već se provodi sporadično.

Offline komunikacija i dalje predstavlja važan segment promocije. Turističke zajednice aktivno koriste tiskane materijale i organizaciju događanja kao ključne promotivne alate. Manifestacije poput Porcijunkulova, Urbanova, Festivala sira i vina Ljeta uz Muru ili događanja uz rijeku Dravu imaju značajnu ulogu u privlačenju posjetitelja i jačanju prepoznatljivosti destinacije. Međutim, nastupi na sajmovima i promocijama uglavnom su povremeni i nisu koordinirani na razini cijele regije, što umanjuje njihov ukupni učinak.

Suradnja s trećim stranama postoji, ali je uglavnom neformalna i nedovoljno strukturirana. Medijska suradnja odvija se kroz lokalne portale i radio postaje, no bez dugoročnih PR strategija. Influenceri se povremeno angažiraju, najčešće u segmentima vina, gastronomije i prirode, ali ne postoji sustavna mreža suradnika niti praćenje učinka takvih aktivnosti. Turističke agencije sudjeluju prvenstveno u kontekstu događanja, dok su B2B odnosi i razvoj paket-aranžmana i dalje nedovoljno razvijeni.

U segmentu prikupljanja i distribucije informacija, dominira tradicionalni pristup kroz fizičke kanale poput TIC-eva i tiskanih materijala, uz osnovnu digitalnu prisutnost putem web stranica. Nedostaje jedinstveni digitalni sustav koji bi objedinio informacije, omogućio planiranje putovanja ili olakšao pristup sadržajima. Također, povratne informacije posjetitelja rijetko se sustavno prikupljaju, što otežava praćenje zadovoljstva i unaprjeđenje ponude. Komunikacijske poruke često su neujednačene i ovise o individualnim kapacitetima pojedinih turističkih zajednica.

Kada je riječ o marketinškom pozicioniranju, vidljivo je da Međimurje kao destinacija još uvijek nema jasno definiranu i prepoznatljivu zajedničku tržišnu poziciju. Iako su pojedine turističke zajednice uspjele profilirati svoje identitete – primjerice kroz vino, prirodu ili aktivni odmor – cjeloviti brend Međimurja nije dovoljno razvijen niti sustavno promoviran.

Zaključno, komunikacijske aktivnosti u Međimurju postoje i kontinuirano se provode, ali bez potrebne razine koordinacije, strateškog planiranja i integracije. S obzirom na komplementarnost turističkih proizvoda – od urbanih sadržaja, preko rijeka i prirode, do vina i kulture – postoji značajan potencijal za razvoj jedinstvenog i snažnog komunikacijskog modela.

Kako bi se taj potencijal realizirao, potrebno je uspostaviti zajedničku komunikacijsku strategiju na razini cijele destinacije, razviti jedinstveni digitalni identitet kroz integriranu web platformu i povezane društvene mreže te standardizirati vizualni i verbalni stil komunikacije. Poseban naglasak treba staviti na razvoj digitalnih kampanja s jasno definiranim ciljevima i mjerljivim rezultatima, kao i na uspostavu baze podataka i newsletter sustava za kontinuiranu komunikaciju s posjetiteljima. Nadalje, važno je profesionalizirati suradnju s medijima i influencerima, aktivirati ambasadore destinacije te snažnije povezati lokalne priče i manifestacije s nacionalnim promotivnim okvirima. Konačno, razvoj jedinstvenog brenda, primjerice kroz pozicioniranje „Međimurje – regija između Mure i Drave“, predstavlja ključni korak prema jačanju prepoznatljivosti i tržišne konkurentnosti destinacije.

## 2.17. Analiza konkurencije

Kako je navedeno u samom uvodu ovog dokumenta u ovom projektu sudjeluje šest lokalnih turističkih zajednica koje zajednički djeluju na području Destinacije te je obzirom na navedenu specifičnost odlučeno kako će se za potrebe ovog poglavlja preuzeti podaci koji su određeni u Planu upravljanja Turističke zajednice Međimurske županije. U navedenom dokumentu analiza elemenata konkurentnosti turizma temeljena je na podacima istraživanja TOMAS Hrvatska 2022./2023., strateških dokumenata i izvještaja konkurentskih turističkih zajednica.

Obzirom da je ovakav odabrani pristup izrade ovog dokumenta jedini na nacionalnom nivou, jedino uputno je uspoređivati se s regionalnim destinacijama te je zbog toga odabran gore navedeni pristup.

Analiza konkurencije sagledava poziciju Međimurja u odnosu na druge hrvatske kontinentalne županije te usporedive europske regije. Struktura obuhvaća ključne elemente: dostupnost i infrastrukturu, resursno-atraksijsku osnovu, smještajne kapacitete, promociju i sustav informiranja, ljudske potencijale, poslovno okruženje, cijene te primjere usporedivih europskih regija s lekcijama za Međimurje. Uz tekstualni prikaz uključene su i pregledne tablice.

## Dostupnost i infrastruktura

| Destinacija                     | Ključne značajke                                                                 |
|---------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|
| Međimurje                       | Autocesta A4, dobra autobusna i željeznička povezanost, razvijena infrastruktura |
| Zagrebačka županija             | Prednost: blizina Zagreba i međunarodne zračne luke                              |
| Varaždinska županija            | Autocesta A4, povezanost prema Mađarskoj i Zagrebu                               |
| Krapinsko-zagorska županija     | Autocesta A2, dobra povezanost sa zapadnom Europom                               |
| Koprivničko-križevačka županija | Nema autoceste, ograničene željezničke veze                                      |

## Resursno-atraksijska osnova

| Destinacija            | Glavne atrakcije                                                                    |
|------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| Međimurje              | Regionalni park Mura-Drava, UNESCO međimurska popevka, eno-gastro i ruralna baština |
| Krapinsko-zagorska     | Dvorci, sakralna baština, toplice i wellness sadržaji                               |
| Varaždinska            | Barokna jezgra, dvorac Trakošćan, Špancirfest                                       |
| Koprivničko-križevačka | Manifestacije, eno-gastronomija, skromnija ponuda                                   |
| Zagrebačka             | Ruralne i periurbane atrakcije, blizina Zagreba                                     |

## Smještajni kapaciteti

| Destinacija            | Stanje smještajnih kapaciteta                       |
|------------------------|-----------------------------------------------------|
| Međimurje              | Raznolika ponuda, nedostatak hotela 4* i 5*         |
| Krapinsko-zagorska     | Najrazvijenija hotelska i wellness ponuda           |
| Varaždinska            | Umjereni kapaciteti, ograničen viši standard        |
| Koprivničko-križevačka | Vrlo ograničena smještajna ponuda                   |
| Zagrebačka             | Solidni kapaciteti, naglasak na jednostnevne izlete |

## Promocija i sustav informiranja

| Destinacija            | Promocija i brendiranje                                                        |
|------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|
| Međimurje              | Inovativna digitalna promocija, međunarodne nagrade (Green Destinations, EDEN) |
| Zagrebačka             | Prednosti metropole, jaka vidljivost kroz Zagreb                               |
| Krapinsko-zagorska     | Regionalne kampanje s naglaskom na toplice i wellness                          |
| Varaždinska            | Slabija međunarodna vidljivost, fokus na kulturne manifestacije                |
| Koprivničko-križevačka | Skromnija promocija, niža prisutnost na tržištu                                |

## Ljudski potencijali

| Destinacija            | Radna snaga                                                                        |
|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| Međimurje              | Razvijeno gospodarstvo, obrazovanje, no demografski pad i manjak kadrova u turizmu |
| Zagrebačka             | Pristup radnoj snazi iz Zagreba                                                    |
| Krapinsko-zagorska     | Dovoljno kadrova u wellness i ugostiteljstvu                                       |
| Varaždinska            | Dio kadrova migrira prema Zagrebu                                                  |
| Koprivničko-križevačka | Nedostatak radne snage, izražen problem                                            |

## Poslovno okruženje

| Destinacija            | Investicijska klima                                                   |
|------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| Međimurje              | Jedno od najboljih investicijskih područja u Europi (Financial Times) |
| Zagrebačka             | Atraktivna zbog blizine Zagreba i povezanosti                         |
| Krapinsko-zagorska     | Privlači ulaganja u zdravstveni i wellness turizam                    |
| Varaždinska            | Ograničeni investicijski rezultati                                    |
| Koprivničko-križevačka | Najslabije privlači ulaganja                                          |

## Cijene

| Destinacija            | Cjenovna razina                             |
|------------------------|---------------------------------------------|
| Međimurje              | Uravnotežen omjer cijene i kvalitete        |
| Varaždinska            | Sličan balans cijene i kvalitete            |
| Krapinsko-zagorska     | Više cijene, posebno u wellness segmentu    |
| Zagrebačka             | Šarolika struktura cijena, ovisno o Zagrebu |
| Koprivničko-križevačka | Niže cijene, ali i skromnija kvaliteta      |

## Primjeri usporedivih europskih destinacija i lekcije za Međimurje

Slovenske regije (Podravje, Prekmurje, Gorenjska) razvile su održivi turizam kroz sustav Slovenia Green s naglaskom na wellness, eno-gastro i boravak u prirodi. Austrijske regije (Štajerska, Gradišće) naglašavaju standardizaciju, digitalizaciju i ruralni turizam. Talijanske regije (Južni Tirol, Furlanija) uspješno kombiniraju planinski turizam, eno-gastronomiju i snažno brendiranje. Lekcije za Međimurje uključuju ulaganje u smještajne kapacitete višeg standarda, razvoj cjelogodišnjih proizvoda (biciklizam, wellness, aktivni odmor), digitalne inovacije i jače međunarodno pozicioniranje.

## Zaključak

Međimurje ima jake komparativne prednosti u održivom razvoju, digitalnoj promociji i integraciji kulturnih, eno-gastro i aktivnih proizvoda. Glavni izazovi su nedostatak smještajnih kapaciteta višeg standarda, demografski pad i slaba međunarodna prepoznatljivost. Prioriteti su ulaganje u infrastrukturu, razvoj hotela višeg standarda, jače brendiranje te suradnja s regionalnim i međunarodnim partnerima.

## 2.18. Izvješće o provedenoj analizi stanja

Izvješće o provedenoj analizi stanja izrađeno je u skladu sa Zakonom o turizmu (NN 156/23), pratećim podzakonskim aktima te Smjernicama za izradu planova upravljanja destinacijom Ministarstva turizma i sporta. Analiza je provedena na temelju primarnih i sekundarnih podataka, uvažavajući metodološki okvir i uključivanje ključnih dionika s područja destinacije. Navedeni dokumenti i smjernice osigurali su dosljednost, sveobuhvatnost i primjenjivost rezultata analize.

Analiza stanja i popisa resursne osnove provedena u okviru Plana upravljanja obuhvatila je sljedeća tematska područja, uz kratke sažetke nalaza:

### 2.1. Usklađivanje sa strateškim dokumentima

U okviru sekundarnih istraživanja analizirani su svi relevantni nacionalni, regionalni i lokalni strateški dokumenti koji se odnose na razvoj turizma na području destinacije. Utvrđeno je da Plan upravljanja uvažava ključne smjernice iz važećih i ranijih razvojnih, marketinških i operativnih dokumenata, osobito u dijelu održivog razvoja, cikloturizma, eno-gastro ponude i razvoja posebnih oblika turizma. Prostorno-planski dokumenti dodatno potvrđuju potporu razvoju turističke infrastrukture, ruralnog smještaja, wellness sadržaja, kampova, vidikovaca te sportskih i rekreacijskih zona. Time je potvrđena visoka razina usklađenosti planskog pristupa s postojećim strateškim okvirom.

### 2.2. Analiza turističkog prometa

Analiza turističkog prometa pokazala je da destinacija u 2024. godini ostvaruje snažnu oslonjenost na domaće tržište, koje čini više od polovice ukupnih dolazaka i noćenja. Najvažnije inozemno tržište je Slovenija, dok se Njemačka i Italija izdvajaju kao tržišta s duljim prosječnim boravkom i većim potencijalom za povećanje turističke potrošnje. Sezonalnost je izražena, s vrhuncem u srpnju i kolovozu, ali promet u predsezoni i posezoni upućuje na mogućnost produljenja turističke godine. Nalazi potvrđuju potrebu daljnje internacionalizacije tržišta i jačanja proizvoda koji potiču dulji boravak.

### 2.3. Popis turističkih proizvoda i usluga

Utvrđeno je da Medimurje raspolaže raznolikim i međusobno komplementarnim turističkim proizvodima koji prate suvremene trendove potražnje. Ključni proizvodi obuhvaćaju zdravstveni i wellness turizam, eno-gastronomiju, aktivni odmor i cikloturizam, kulturni i manifestacijski turizam, ruralni i tradicijski turizam, sportski te poslovni turizam. Posebna vrijednost destinacije proizlazi iz spoja prirodnih resursa, lokalne gastronomije, kulturne baštine i autentičnih doživljaja. Analiza potvrđuje da destinacija ima dobru osnovu za razvoj cjelogodišnje i diferencirane turističke ponude.

### 2.4. Smještaj

Analiza smještajnih kapaciteta pokazuje da destinacija raspolaže raznolikom strukturom smještaja, pri čemu dominiraju ostali ugostiteljski objekti i privatni smještaj, dok je hotelski sektor zastupljen u manjoj mjeri. Najznačajniji hotelski i kamping kapaciteti koncentrirani su u Svetom Martinu na Muri, dok Štrigova i ruralna područja naglasak stavljaju na privatni smještaj i OPG-ove. U cjelini prevladava smještaj srednje kategorije, osobito objekti s 3 i 4 zvjezdice, dok je luksuzniji smještaj slabije zastupljen. To ukazuje na potrebu daljnjeg razvoja smještaja više kvalitativne razine, uz zadržavanje autentičnosti i raznolikosti ponude.

### 2.5. Ugostiteljstvo

Ugostiteljska ponuda Medimurja temelji se na snažnoj lokalnoj gastronomskoj tradiciji i važan je dio ukupnog turističkog doživljaja. Na području destinacije djeluje velik broj ugostiteljskih objekata, pri čemu najveći udio čine barovi i slični objekti, dok restorani i specijalizirani ugostiteljski sadržaji doprinose kvaliteti i prepoznatljivosti ponude. Posebnu vrijednost imaju objekti koji njeguju regionalni identitet i koriste lokalne proizvode. Analiza potvrđuje da ugostiteljstvo predstavlja važan stup atraktivnosti destinacije, osobito u segmentu eno-gastro turizma.

## **2.6. Turističke atrakcije**

Međimurje se pokazuje kao prostorno kompaktna, ali sadržajno vrlo bogata destinacija s velikim brojem prirodnih, kulturnih, eno-gastro, rekreativnih i manifestacijskih atrakcija. Atrakcijska osnova može se grupirati kroz četiri glavna doživljajna stupa: vino i gastronomiju, prirodu i rijeke, kulturu i baštinu te zdravlje i aktivni odmor. Posebno su izražene razlike i komplementarnost između pojedinih područja, od urbanog Čakovca, preko dravskog i murskog prostora, do vinskih bregova i ruralnog središta županije. Analiza potvrđuje da velik broj atrakcija omogućuje razvoj integriranih itinerara i cjelogodišnjih turističkih proizvoda.

## **2.7. Turističke usluge**

Utvrđeno je da destinacija raspolaže razmjerno širokim rasponom turističkih usluga, uključujući vođenje, specijalizirane ture, smještaj, ugostiteljstvo, edukativne sadržaje i prodaju lokalnih proizvoda. Posebno su razvijeni wellness, eno-gastro i aktivni oblici turizma, dok interpretacija baštine postoji na više lokaliteta, ali još nije ujednačena ni umrežena na razini cijele destinacije. Najveći izazovi odnose se na nedostatak koordiniranih paket-aranžmana, centralizirane baze usluga i jedinstvene platforme za pregled i rezervaciju ponude. Ključna preporuka odnosi se na snažnije povezivanje dionika i oblikovanje integriranih turističkih proizvoda.

## **2.8. Analiza resursne osnove**

Resursna osnova destinacije ocijenjena je kao iznimno vrijedna i razvojno potentna, osobito zbog snažnog spoja prirodnih i kulturnih resursa na relativno malom prostoru. Materijalna i nematerijalna baština, uključujući Međimursku popevku, tradicijske običaje, lokalnu arhitekturu, sakralne objekte i autohtone proizvode, čine snažan identitetski temelj destinacije. Prirodni resursi, poput Mure, Drave, vinskih brežuljaka i zaštićenih područja, dodatno povećavaju atraktivnost prostora. Analiza potvrđuje da velik dio resursa još uvijek nije u potpunosti turistički valoriziran, što predstavlja važan razvojni potencijal.

## **2.9. Analiza javne turističke infrastrukture**

Javna turistička infrastruktura u destinaciji razvijena je kroz niz lokalnih i EU projekata, a obuhvaća interpretacijske centre, biciklističke staze, tematske šetnice, kulturne prostore, odmorišta i signalizaciju. Infrastruktura je relativno ravnomjerno raspoređena po destinaciji i prilagođena specifičnostima pojedinih mikro-lokacija. Posebno je vidljiv razvoj sadržaja za aktivni turizam, interpretaciju baštine i samostalno istraživanje prostora. Zaključno, riječ je o dobroj osnovi za daljnji razvoj, uz potrebu za dodatnim povezivanjem, standardizacijom i digitalnim unaprjeđenjem.

## **2.10. Analiza komunalne infrastrukture**

Komunalna infrastruktura Međimurja ocijenjena je kao stabilna i funkcionalna, ali s vidljivim razlikama između urbanih i ruralnih područja. Energetska infrastruktura je pouzdana, a dodatni potencijal prepoznat je u korištenju obnovljivih izvora energije, posebno solarne energije. Telekomunikacijska infrastruktura je dobra u većim središtima, ali slabija u brežuljkastim i izdvojenim dijelovima, što je izazov za razvoj pametne destinacije. Najveće potrebe odnose se na jačanje digitalne povezanosti, razvoj kanalizacijskih sustava u bregovitim zonama te bolju integraciju komunalnih i turističkih funkcija.

## **2.11. Analiza prometne infrastrukture**

Prometna infrastruktura pokazuje da je Međimurje dobro dostupno, osobito cestovnim putem, zahvaljujući autocesti A4 i mreži državnih cesta. Unutardestinacijska povezanost je zadovoljavajuća, a mikro-dostupnost uglavnom dobra, iako su u vinogradarskim područjima potrebna dodatna ulaganja u prometnice, signalizaciju i parkirališta. Željeznička infrastruktura postoji, ali turistički nije dovoljno iskorištena, dok zračna i riječna dostupnost imaju ograničenu, ali razvojno zanimljivu ulogu. Analiza potvrđuje potrebu za jačanjem javnog prijevoza, intermodalne mobilnosti i prometnog opremanja turističkih punktova.

## **2.12. Analiza stanja digitalizacije**

Digitalizacija destinacije nalazi se u razvojnoj fazi, ali s dobrim polazištima i više pozitivnih lokalnih primjera. Postoji osnovna internetska i mobilna pokrivenost, a dio dionika već koristi digitalne alate za promociju, informiranje i prodaju usluga. Poseban potencijal prepoznat je u uspostavi jedinstvene regionalne digitalne platforme koja bi povezivala informacije, itinerare, rezervacije i lokalnu ponudu. Analiza pokazuje da digitalizacija predstavlja važnu stratešku priliku za učinkovitije upravljanje destinacijom i poboljšanje iskustva posjetitelja.

## **2.13. Analiza stanja pristupačnosti destinacije osobama s posebnim potrebama**

Analiza je pokazala da destinacija ima određene početne elemente pristupačnosti, ali da pristupačni turizam još nije sustavno razvijen. Veći objekti i pojedine institucije imaju djelomične prilagodbe, no ruralna infrastruktura, brojni smještajni i ugostiteljski objekti te prirodne atrakcije uglavnom nisu prilagođeni osobama s invaliditetom. Dodatni nedostaci vidljivi su u komunikacijskoj pristupačnosti, digitalnim sadržajima i edukaciji osoblja. Zaključeno je da je potreban strateški i inkluzivan pristup koji će pristupačnost integrirati u planiranje, promociju i pružanje usluga.

## **2.14. Analiza organiziranosti i dostupnosti usluga u destinaciji**

Javne usluge i servisi u Međimurju ocijenjeni su kao dobro organizirani i prostorno dostupni, što pozitivno utječe i na kvalitetu života lokalnog stanovništva i na zadovoljstvo turista. Zdravstvene, financijske, poštanske, kulturne i sigurnosne usluge dostupne su u glavnim središtima, a većina njih u određenoj se mjeri prilagodila i potrebama posjetitelja. Uređenost javnih prostora, parkova, trgova i šetnica dodatno pridonosi ukupnom dojmu organizirane i funkcionalne destinacije. Dodatna prilika leži u boljoj digitalnoj vidljivosti i promociji turistički relevantnih javnih usluga.

## **2.15. Analiza stanja i potreba ljudskih potencijala**

Analiza ljudskih potencijala ukazuje na manjak radne snage u ključnim segmentima turizma i ugostiteljstva, osobito tijekom jačeg turističkog prometa. Kao glavni izazovi istaknuti su nedostatak praktičnih vještina, stranih jezika i sustavnijeg povezivanja obrazovnog sektora s potrebama tržišta rada. Turističke zajednice djeluju s malim, ali motiviranim timovima, dok postoji potreba za dodatnim jačanjem njihovih kapaciteta, posebice u područjima digitalnog marketinga, upravljanja projektima i interpretacije baštine. Zaključeno je da su koordinacija obrazovnih institucija, poslodavaca i turističkih zajednica te ciljane mjere privlačenja i zadržavanja kadrova ključni za održiv razvoj sektora.

## **2.16. Analiza komunikacijskih aktivnosti**

Analiza komunikacijskih aktivnosti pokazala je da sve turističke zajednice provode osnovne promotivne aktivnosti, ali bez dovoljne razine koordinacije i zajedničkog nastupa. Web stranice, društvene mreže, tiskani materijali i manifestacije koriste se kao glavni komunikacijski alati, no prisutna je velika neujednačenost u kvaliteti, učestalosti i profesionalizaciji komunikacije. Nedostaju jedinstveni digitalni identitet, zajedničke kampanje, sustav prikupljanja povratnih informacija i jasnije tržišno pozicioniranje Međimurja kao jedinstvene destinacije. Ključna preporuka odnosi se na razvoj zajedničke komunikacijske strategije i snažnijeg destinacijskog brenda.

## **2.17. Analiza konkurencije**

Analiza konkurencije pokazuje da Međimurje u usporedbi s drugim kontinentalnim hrvatskim regijama ima niz komparativnih prednosti, osobito u području održivosti, digitalne promocije, eno-gastro i aktivnih turističkih proizvoda. U odnosu na konkurentne destinacije, Međimurje se ističe dobrom prometnom dostupnošću, kvalitetnim poslovnim okruženjem i uravnoteženim odnosom cijene i kvalitete. S druge strane, glavni izazovi odnose se na nedostatak smještaja višeg standarda, ograničenu međunarodnu prepoznatljivost i manjak kadrova u turizmu. Analiza potvrđuje potrebu za jačim brendiranjem, razvojem smještajnih kapaciteta više kategorije i snažnijim međunarodnim pozicioniranjem.

Analiza je provedena uz korištenje različitih metodoloških alata, uključujući istraživanja, statističke podatke, prostorno-plansku dokumentaciju i konzultacije s ključnim dionicima. Posebna pozornost posvećena je uključivanju lokalne zajednice, gospodarstvenika i turističkog sektora, kako bi rezultati bili utemeljeni na stvarnim potrebama i izazovima destinacije.

Provedena analiza stanja poslužila je kao temelj za daljnje faze Plana upravljanja, osobito za identifikaciju potencijala za razvoj i podizanje kvalitete turističkih proizvoda, izradu SWOT analize te oblikovanje smjernica i preporuka za razvoj destinacije. Na taj način, rezultati analize pružaju podlogu za definiranje ciljeva, mjera i aktivnosti Plana upravljanja, osiguravajući održiv, konkurentan i društveno odgovoran razvoj turizma na području destinacije.

### 3. Potencijal za razvoj i podizanje kvalitete turističkih proizvoda

#### **Enogastronomski turizam**

Međimurje se već danas profilira kao snažna eno-gastronomska regija s jasno prepoznatljivim identitetom, koji se temelji na spoju vrhunskih vina, autentične kuhinje i bogate tradicije. Međimurska vinska cesta, kao jedan od ključnih nositelja ponude, povezuje vinare, restorane i smještajne objekte u cjelovitu doživljajnu priču, dok brojna nagrađivana vina i kvalitetna gastronomija dodatno potvrđuju visoku razinu razvijenosti ovog segmenta.

Unatoč već postignutoj razini prepoznatljivosti, prostor za daljnji razvoj je značajan. Poseban potencijal leži u jačanju suradnje između ugostitelja i lokalnih proizvođača kroz kratke lance opskrbe, čime se dodatno naglašava autentičnost i održivost ponude. Istovremeno, razvoj specijaliziranih eno-gastro ruta – primjerice onih usmjerenih na vina, ulja ili autohtona jela – može dodatno obogatiti turistički doživljaj i produljiti boravak gostiju.

U kontekstu suvremenih turističkih trendova, sve veću važnost imaju interpretacija, priča i emocija. Upravo storytelling, uz jasno definirane standarde kvalitete i moguće uvođenje oznaka izvornosti i certifikata, predstavlja ključni alat za daljnje brendiranje Međimurja kao destinacije autentičnih okusa i doživljaja.

#### **Kulturni turizam**

Kulturna baština Međimurja izuzetno je raznolika i obuhvaća vrijedne sakralne objekte, povijesne građevine, kulturne cjeline te bogatu nematerijalnu baštinu, među kojom se posebno ističe međimurska popevka kao dio UNESCO-ove svjetske baštine. Ovakva razina kulturnog bogatstva predstavlja snažan temelj za razvoj kulturnog turizma, koji može značajno doprinijeti diferencijaciji destinacije.

Analiza pokazuje da postoji potreba za dodatnom valorizacijom i interpretacijom kulturnih resursa. Obnova i prenamjena povijesnih objekata, razvoj interpretacijskih centara te primjena suvremenih tehnologija poput proširene i virtualne stvarnosti omogućuju stvaranje atraktivnih i edukativnih sadržaja koji odgovaraju očekivanjima suvremenih posjetitelja.

Istovremeno, važnu ulogu u razvoju ovog segmenta ima uključivanje lokalne zajednice, umjetnika i obrtnika, čime se osigurava očuvanje autentičnosti i prijenos tradicije. Kulturni turizam u tom smislu nadilazi klasično razgledavanje i postaje prostor susreta s lokalnim identitetom, pričama i načinom života.

#### **Zdravstveni turizam**

Zdravstveni turizam predstavlja jedan od najperspektivnijih segmenata razvoja Međimurja, pri čemu ključnu ulogu imaju Terme Sveti Martin kao nositelj ponude. Postojeća infrastruktura i kvaliteta usluga već sada omogućuju razvoj wellness i zdravstvenih programa, ali analiza ukazuje na značajan prostor za daljnje unaprjeđenje.

Trendovi na globalnom turističkom tržištu sve više naglašavaju važnost prevencije, zdravog načina života i personaliziranih programa, što otvara mogućnosti za razvoj inovativnih proizvoda koji kombiniraju medicinski wellness, rekreaciju i boravak u prirodi. Upravo povezivanje zdravstvenog turizma s aktivnim odmorom i prirodnim resursima može dodatno povećati konkurentnost destinacije.

Za daljnji razvoj ključno je osigurati visoku razinu kvalitete kroz standardizaciju i certificiranje usluga, kao i jačanje međunarodne promocije. Time se otvara mogućnost pozicioniranja Međimurja kao prepoznatljive destinacije zdravlja i kvalitetnog života.

## **Ruralni turizam**

Ruralni prostor Međimurja, obilježen očuvanim krajolikom, tradicijom i snažnim lokalnim identitetom, predstavlja jedan od najautentičnijih segmenata turističke ponude. Seoska gospodarstva, tradicijske manifestacije i lokalni proizvodi stvaraju jedinstvenu osnovu za razvoj iskustvenog turizma koji sve više dobiva na značaju.

Analiza pokazuje da ruralni turizam ima važnu ulogu u ravnomjernom razvoju destinacije, ali i u očuvanju kulturne i prirodne baštine. Poseban potencijal leži u razvoju smještajnih kapaciteta na gospodarstvima, tematskih sela te integriranih turističkih paketa koji povezuju gastronomiju, kulturu i aktivnosti u prirodi.

Daljnji razvoj ovog segmenta zahtijeva kontinuiranu edukaciju pružatelja usluga, podizanje standarda kvalitete te poticanje ulaganja u dodatne sadržaje. Upravo kroz takav pristup moguće je stvoriti održiv i konkurentan ruralni turistički proizvod.

## **Aktivni turizam**

Prirodni resursi Međimurja, uključujući rijeke, šume i brežuljkasti krajolik, pružaju izvrsne uvjete za razvoj aktivnog turizma. Postojeća biciklistička infrastruktura, kao i mogućnosti za različite outdoor aktivnosti, čine solidnu osnovu za daljnji razvoj ovog segmenta.

Analiza ukazuje da aktivni turizam ima potencijal postati jedan od glavnih nositelja cjelogodišnje ponude, osobito u kontekstu sve veće potražnje za zdravim načinom života i boravkom u prirodi. Ključni razvojni smjerovi uključuju modernizaciju i certificiranje ruta, digitalizaciju sadržaja te razvoj novih nišnih proizvoda poput ribolovnog ili adrenalinskog turizma.

Posebno je važna integracija aktivnog turizma s ostalim segmentima ponude, čime se stvara cjelovit i atraktivan doživljaj destinacije.

## **Poslovni turizam**

Poslovni turizam u Međimurju temelji se na postojećoj infrastrukturi i kvalitetnim smještajnim kapacitetima, pri čemu Terme Sveti Martin imaju ključnu ulogu u razvoju MICE segmenta. Prednost destinacije leži u mogućnosti kombiniranja poslovnih aktivnosti s opuštanjem u prirodnom i gastronomski bogatom okruženju.

Analiza pokazuje da postoji značajan potencijal za razvoj konferencijskog, incentive i team building turizma, osobito kroz kreiranje inovativnih i iskustvenih programa. Daljnji razvoj ovog segmenta zahtijeva ulaganja u infrastrukturu, ali i jačanje suradnje s poslovnim sektorom i specijaliziranim agencijama.

## **Tranzitni turizam**

Zahvaljujući povoljnom geografskom položaju i dobroj prometnoj povezanosti, Međimurje ima značajan potencijal za razvoj tranzitnog turizma. Velik broj putnika prolazi kroz regiju, no trenutačno taj potencijal nije u potpunosti iskorišten.

Analiza ukazuje na potrebu razvoja sadržaja koji će motivirati putnike na zaustavljanje, makar i kratkotrajno. To uključuje uređenje kvalitetnih odmorišta, bolju signalizaciju te razvoj kratkih, ali atraktivnih turističkih paketa koji kombiniraju gastronomiju, prirodu i kulturu.

Upravo stvaranjem prepoznatljivih „točaka doživljaja“ moguće je tranzitne posjetitelje pretvoriti u buduće goste koji će se ponovno vratiti i dulje zadržati u destinaciji.

#### 4. Pokazatelji održivosti na razini destinacije

U skladu s Pravilnikom o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma (NN 112/24), predviđeno je uvođenje sustava praćenja razvoja turizma temeljenog na jasno definiranim obveznim i specifičnim pokazateljima. Ovi pokazatelji služe kao temelj za kvalitetnu izradu Plana upravljanja destinacijom, omogućujući praćenje turističkih aktivnosti u kontekstu održivosti, prostorne uravnoteženosti i utjecaja na lokalnu zajednicu.

Vrijednosti odabranih pokazatelja, kao i njihovi grafički prikazi, objavljuju se jednom godišnje – u pravilu tijekom svibnja, za prethodnu godinu. Do uspostave integriranog informacijskog sustava turizma, svi dostupni podaci i analize objavljuju se na službenim mrežnim stranicama nadležnih turističkih zajednica, čime se osigurava dostupnost informacija relevantnim dionicima i široj javnosti.

Detalji o vrsti i načinu izračuna pokazatelja nalaze se u Prilozima III (obvezni pokazatelji) i IV (specifični pokazatelji) spomenutog pravilnika. Ovi pokazatelji predstavljaju alat za strateško upravljanje destinacijom, omogućujući donošenje informiranih odluka i usmjeravanje budućeg razvoja u skladu s principima održivosti.

Slika 2. Pregled referentnih vrijednosti osnovnih pokazatelja turističke razvijenosti u prostoru

| Pokazatelj                                                                                                        | Referentna vrijednost |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| Broj kreveta                                                                                                      | 25.000                |
| Broj kreveta u hotelima i sličnim smještajnim objektima                                                           | 10.000                |
| Broj turista                                                                                                      | 1.000.000             |
| Broj noćenja                                                                                                      | 2.000.000             |
| Broj zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane                                  | 5.000                 |
| Broj kreveta na 100 stanovnika                                                                                    | 1.000                 |
| Broj kreveta u hotelima i sličnim smještajnim objektima na 100 stanovnika                                         | 100                   |
| Broj turista po stanovniku                                                                                        | 100                   |
| Broj noćenja po stanovniku                                                                                        | 1.000                 |
| Udio broja zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane u ukupnom broju zaposlenih | 100 %                 |

Izvor: NN 112/2024 (27.9.2024.), Pravilnik o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma

Tablica 13. Pokazatelji održivosti na razini destinacije cjelokupne destinacije

| Pokazatelji                                                                                                       | Referentna vrijednost | Međimurje | Index |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------|-------|
| Broj kreveta                                                                                                      | 25.000                | 2.430     | 9,72  |
| Broj kreveta u hotelima i sličnim smještajnim objektima                                                           | 10.000                | 700       | 7,00  |
| Broj turista                                                                                                      | 1.000.000             | 95.947    | 9,59  |
| Broj noćenja                                                                                                      | 2.000.000             | 220.190   | 11,01 |
| Broj zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane                                  | 5.000                 | 1.176     | 23,52 |
| Broj kreveta na 100 stanovnika                                                                                    | 1.000                 | 3         | 0,32  |
| Broj kreveta u hotelima i sličnim smještajnim objektima na 100 stanovnika                                         | 100                   | 0,93      | 0,93  |
| Broj turista po stanovniku                                                                                        | 100                   | 1,27      | 1,27  |
| Broj noćenja po stanovniku                                                                                        | 1.000                 | 3         | 0,29  |
| Udio broja zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane u ukupnom broju zaposlenih | 100%                  | 3,99%     | 0,96  |

Izvor: LTZ na području Međimurske županije, Obrada YouAre d.o.o.

Uvidom u gore navedene kvantitativne podatke osnovnih pokazatelja turističke razvijenosti u prostoru vidljivo je kako održivost Destinacije nije ugrožena od prekomjernog turizma. Naime, vrijednosti osnovnih pokazatelja turističke razvijenosti u prostoru Destinacije daleko su ispod razine referentnih vrijednosti propisanih Pravilnikom o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma (NN 112/24).

Sukladno navedenom dio propisanih pokazatelja bit će iskazan u nerealnim vrijednostima jer su izračuni pokazatelja svojom definicijom primarno orijentirani na turistički razvijene destinacije, odnosno destinacije koje su dominantno turističke.

Sukladno gore navedenom, odlučeno je da će se pratiti isključivo zakonom propisani obvezni pokazatelji.

#### 4.1. Obvezni pokazatelji održivosti

Slika 3. Popis obveznih pokazatelja

### PRILOG III.

#### POPIS I METODOLOŠKA TABLICA OBVEZNIH POKAZATELJA ODRŽIVOSTI

|    | Pokazatelj                                                                                                                                          | Područje održivosti    | Kod pokazatelja/<br>Tematsko područje                                  |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika u vrhu turističke sezone                                                                     | društveni              | ZL-1 – zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom                     |
| 2  | Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom                                                                                                         | društveni              | ZL-2 – zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom                     |
| 3  | Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji                                                                                                     | društveni              | ZT-1 – Zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja destinacijom   |
| 4  | Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom                                                                                    | društveni/ upravljanje | PD-1 – Pristupačnost destinacije                                       |
| 5  | Broj organiziranih turističkih ambulanti                                                                                                            | društveni              | SD-1 Sigurnost destinacije                                             |
| 6  | Omjer potrošnje vode po turističkom noćenju u odnosu na prosječnu potrošnju vode po stalnom stanovniku destinacije (izraženo po osobi i po noćenju) | okolišni               | UVR-1 – Upravljanje vodnim resursima                                   |
| 7  | Omjer količine komunalnog otpada nastale po noćenju turista i količine otpada koje generira stanovništvo u destinaciji (tone)                       | okolišni               | GO-1 – Gospodarenje otpadom                                            |
| 8  | Udio zaštićenih područja u destinaciji u ukupnoj površini destinacije (ukupno i pojedinačno po kategoriji zaštite)                                  | okolišni – priroda     | BR-1 – Zaštita bioraznolikosti                                         |
| 9  | Omjer potrošnje električne energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju električne energije stalnog stanovništva destinacije               | okolišni – klima       | UEN-1 – Održivo upravljanje energijom                                  |
| 10 | Uspostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika                                                                           | okolišni – klima       | UPK-1 – Ublažavanje i prilagodba klimatskim promjena                   |
| 11 | Ukupan broj dolazaka turista u mjesecu s najvećim opterećenjem                                                                                      | ekonomski              | TP-1 – Turistički promet                                               |
| 12 | Prosječna duljina boravka turista u destinaciji                                                                                                     | ekonomski              | TP-2 – Turistički promet                                               |
| 13 | Ukupan broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane                                                           | ekonomski              | PGS-1 – Poslovanje gospodarskih subjekata u turizmu                    |
| 14 | Poslovni prihod gospodarskih subjekata (obveznika poreza na dobit) u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane               | ekonomski              | PGS-2 – Poslovanje gospodarskih subjekata u turizmu/ Turistički promet |
| 15 | Identifikacija i klasifikacija turističkih atrakcija                                                                                                | prostorni/upravljanje  | TI-1 – turistička infrastruktura                                       |
| 16 | Status implementacije aktivnosti iz plan upravljanja destinacijom                                                                                   | prostorni/upravljanje  | ODU-1 – Održivo upravljanje destinacijom                               |
| 17 | Broj ostvarenih noćenja u smještaju u destinaciji po hektaru izrađenog građevinskog područja JLS                                                    | prostorni/upravljanje  | OUP-2 – Održivo upravljanje prostorom                                  |

Izvor: NN 112/2024 (27.9.2024.), Pravilnik o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma

#### 4.1.1. Obvezni pokazatelji održivosti koji mjere utjecaj turizma na društvene aspekte održivosti

##### 4.1.1.1. Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom

##### 4.1.1.1.1. Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika u vrhu turističke sezone

Opći opis pokazatelja:

Pokazatelj ZL-1 mjeri intenzitet turističkog opterećenja na lokalnu zajednicu u razdoblju najveće sezone aktivnosti, odnosno prikazuje koliko turističkih noćenja se ostvari u odnosu na stotinu stalnih stanovnika u mjesecu s najviše zabilježenih noćenja.

Tablica 14. ZL-1 – Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika u vrhu turističke sezone

| ZL-1 Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika u vrhu turističke sezone |  |
|--------------------------------------------------------------------------------------|--|
| Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika                               |  |
| 1,48                                                                                 |  |

Prikazani rezultati:

- Broj turističkih noćenja na stotinu stanovnika:  
1,48
- Ukupan broj noćenja u destinaciji u vršnom mjesecu:  
34.727
- Broj dana u vršnom mjesecu (kolovoz, srpanj ili sl.):  
31
- Broj stalnih stanovnika u destinaciji:  
75.570

Tumačenje pokazatelja:

- Nizak intenzitet turističke prisutnosti:  
Vrijednost 1,48 turističkih noćenja na 100 stanovnika ukazuje na vrlo nizak intenzitet turizma u odnosu na stalno stanovništvo u najopterećenijem mjesecu. Drugim riječima, na svakih 100 stanovnika dolazi tek 1,48 noćenje.
- Demografska dominacija lokalnog stanovništva:  
Broj stalnih stanovnika (75.570) uvelike premašuje broj noćenja (34.727), što ukazuje da turizam nije glavni pokretač lokalne dinamike u ljetnim mjesecima, te da turistička infrastruktura i javne usluge nisu pod visokim pritiskom.
- Prostorna i socijalna održivost:  
Ovakvo nizak omjer može biti pokazatelj stabilnosti i očuvane kvalitete života lokalnog stanovništva, bez izraženih negativnih posljedica turizma (poput prenapučenosti, zagušenja infrastrukture i sl.).

#### Zaključak:

Vrijednost pokazatelja ZL-1 (1,48) ukazuje da destinacija ima vrlo nisku sezonsku turističku opterećenost, čime se otvara prostor za ciljani i održivi razvoj turizma bez ugrožavanja kvalitete života lokalne zajednice. Također, rezultati mogu biti poticaj za daljnju diverzifikaciju turističke ponude, osobito u smjeru povećanja broja višednevnih dolazaka i boljeg iskorištavanja smještajnih kapaciteta, uz očuvanje ravnoteže sa socijalnim i infrastrukturnim kapacitetima destinacije.

#### 4.1.1.1.2. Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom

Tablica 15. ZL-2 – Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom

### ZL2 – Zadovoljstvo lokalnog stanovništva

|          |       |   |
|----------|-------|---|
| REZULTAT | 66,18 | % |
|----------|-------|---|

Rezultat pokazuje da je 66,18 % lokalnog stanovništva zadovoljno razvojem turizma u destinaciji, što upućuje na umjereno visoku razinu prihvaćenosti turizma među lokalnim stanovništvom.

Iako većina ispitanika izražava zadovoljstvo, značajan udio stanovništva (33,82 %) nije u potpunosti zadovoljan, što ukazuje na postojanje prostora za unaprjeđenje upravljanja turizmom, osobito u segmentima koji mogu utjecati na kvalitetu života lokalne zajednice (npr. gužve, infrastruktura, buka).

#### 4.1.1.2. Zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja destinacijom

##### 4.1.1.2.1. Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji

Pokazatelj ZT-1 – Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji ključan je alat za procjenu ukupnog doživljaja turista i jednodnevnih posjetitelja, a time i kvalitete turističkog proizvoda destinacije. Mjeri se na skali od 0 do 100 i uključuje i spremnost posjetitelja da destinaciju preporuče drugima, što izravno utječe na reputaciju i tržišnu poziciju destinacije.

Pokazatelj ZT-1 predstavlja sveobuhvatan uvid u iskustvo posjetitelja i snažan je alat za strateško upravljanje kvalitetom i razvojem turističke destinacije. U kombinaciji sa spremnošću na preporuku, osigurava relevantne podatke za donošenje odluka i planiranje poboljšanja.

Tablica 16. ZT-1 – Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji

### ZT1 – Indeks zadovoljstva turista destinacijom

|          |       |
|----------|-------|
| REZULTAT | 74,89 |
|----------|-------|

#### Zaključak:

Indeks zadovoljstva turista od 74,89 ukazuje na visoku razinu zadovoljstva destinacijom, pri čemu su sve tri komponente (opće zadovoljstvo, ispunjenost očekivanja i ocjena boravka) iznad sredine ljestvice.

Rezultat sugerira da destinacija pruža kvalitetno turističko iskustvo, ali i da postoji prostor za dodatno unaprjeđenje kako bi se približila maksimalnim vrijednostima zadovoljstva.

#### 4.1.1.3. Pristupačnost destinacije

##### 4.1.1.3.1. Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom

Opći opis pokazatelja:

Pokazatelj PD-1 mjeri razinu pristupačnosti turističkih atrakcija za osobe s invaliditetom u destinaciji. Obuhvaća fizičku, informacijsku i komunikacijsku pristupačnost kulturnih, prirodnih i rekreacijskih lokaliteta.

Tablica 17. PD-1 – Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom

| PD-1 Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom |  |
|-----------------------------------------------------------------------|--|
| Udio atrakcija pristupačnih osobama s invaliditetom (%)               |  |
| 61,70212766                                                           |  |

Prikazani rezultati:

- Udio atrakcija pristupačnih osobama s invaliditetom:  
61,70 %
- Ukupan broj atrakcija u destinaciji (EA):  
47
- Broj pristupačnih atrakcija (EAP):  
29

Tumačenje pokazatelja:

- Visoka razina pristupačnosti:  
Više od dvije trećine turističkih atrakcija u destinaciji, točnije 29 od ukupno 47, pristupačno je osobama s invaliditetom. Time se ostvaruje udio od 61,70 %, što se može smatrati vrlo dobrim rezultatom u kontekstu univerzalnog dizajna i inkluzivnog turizma.
- Usmjerenost na inkluzivnost i jednak pristup:  
Ovaj udio ukazuje na relativno visoku razinu društvene odgovornosti i uključivosti destinacije, čime se poboljšava kvaliteta boravka za širi spektar posjetitelja, uključujući i starije osobe, osobe smanjene pokretljivosti i obitelji s djecom.
- Preostali prostor za napredak:  
Iako su rezultati pozitivni, još 26 atrakcija (30,59 %) ostaje nepristupačno, što otvara mogućnost daljnjih unapređenja kroz fizičku prilagodbu objekata, postavljanje odgovarajuće signalizacije i omogućavanje pristupa informacijama u pristupačnim formatima (npr. taktilne karte, audiovodiči, online informacije u jednostavnom jeziku).

Zaključak:

Vrijednost pokazatelja PD-1 od 61,70 % upućuje na to da destinacija već ima solidno razvijenu infrastrukturu inkluzivnosti, no postoji i jasan prostor za daljnje unapređenje. Ulaganja u dodatne pristupačne sadržaje mogu dodatno povećati atraktivnost destinacije među širokim spektrom posjetitelja te doprinijeti ispunjavanju načela održivog i društveno osjetljivog turizma. Posebno se preporučuje nastavak evidentiranja i unaprjeđivanja pristupačnosti kroz destinacijski turistički katastar i strategije razvoja turističke infrastrukture.

#### 4.1.1.4. Sigurnost destinacije

##### 4.1.1.4.1. Broj organiziranih turističkih ambulanti

Opći opis pokazatelja:

Pokazatelj SD-1 odnosi se na broj organiziranih turističkih ambulanti, koje su namijenjene pružanju primarne zdravstvene zaštite turistima tijekom razdoblja povećanog turističkog prometa (posebice u glavnoj sezoni). Organizacija ovakvih ambulanti regulirana je posebnim zakonima i standardima o zdravstvenoj zaštiti u turizmu.

Tablica 18. SD-1 – Broj organiziranih turističkih ambulanti

| SD-1 Broj organiziranih turističkih ambulanti |  |
|-----------------------------------------------|--|
| Broj organiziranih turističkih ambulanti      |  |
| 1                                             |  |

Prikazani rezultat:

- Broj organiziranih turističkih ambulanti u destinaciji: 1

Tumačenje pokazatelja:

- Postojanje jedne turističke ambulante pokazuje da destinacija ispunjava osnovni standard zdravstvene sigurnosti za turiste, osobito u razdobljima pojačanog turističkog prometa.
- S obzirom na povećan broj privremenih korisnika zdravstvenih usluga tijekom turističke sezone, organizirana turistička ambulanta predstavlja ključni element za:
  - brzo pružanje osnovne medicinske pomoći,
  - rasterećenje redovnog zdravstvenog sustava,
  - stvaranje osjećaja sigurnosti kod posjetitelja.
- Broj 1 može biti dostatan za manje destinacije s ograničenim prometom, ali u većim destinacijama ili u slučaju sezonskog opterećenja bilo bi preporučljivo razmotriti potrebu za dodatnim kapacitetima ili mobilnim ambulantama.

Zaključak:

U destinaciji je organizirana jedna turistička ambulanta, što pokazuje određeni stupanj pripremljenosti zdravstvenog sustava na turističku sezonu. Za cjelovitiju ocjenu potrebno je usporediti broj ambulanti s brojem turista u vršnim mjesecima te zemljopisnom dostupnošću (udaljenost od glavnih turističkih zona). Preporučuje se praćenje učinka i potreba, kao i koordinacija s lokalnim zdravstvenim institucijama i turističkim zajednicama, radi mogućeg širenja usluga u budućnosti.

#### 4.1.2. Obvezni pokazatelji održivosti koji mjere utjecaj turizma na okolišne aspekte održivosti

##### 4.1.2.1. Upravljanje vodnim resursima

##### 4.1.2.1.1. Omjer potrošnje vode po turističkom noćenju u odnosu na prosječnu potrošnju vode po stalnom stanovniku destinacije (izraženo po osobi i po noćenju)

Tablica 19. UVR-1 – Omjer potrošnje vode po turističkom noćenju u odnosu na prosječnu potrošnju vode po stalnom stanovniku destinacije

| UVR-1 Omjer potrošnje vode po turističkom noćenju u odnosu na prosječnu potrošnju vode po stalnom stanovniku destinacije (izraženo po osobi i po noćenju) |  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| Omjer potrošnje vode po noćenju turista i stanovnika (%)                                                                                                  |  |
| -4298                                                                                                                                                     |  |

#### Sažetak rezultata:

Analiza potrošnje vode u destinaciji pokazuje izrazito nepovoljan i neuobičajen odnos između potrošnje vode po turističkom noćenju i potrošnje vode po stanovniku. Na temelju prikupljenih podataka izračunat je omjer potrošnje od -4928%, što ukazuje na značajno odstupanje u potrošnji vode po noćenju turista u odnosu na stanovništvo.

#### Ključni nalazi:

Ukupna finalna potrošnja vode u mjesecu s najmanjim brojem turističkih noćenja iznosila je 787.020 m<sup>3</sup>, a u mjesecu s najvećim brojem noćenja 376.607 m<sup>3</sup>.

Broj noćenja u mjesecu s najmanjim prometom iznosio je 13.168, dok je u mjesecu s najvećim prometom zabilježeno 34.727 noćenja.

Prosječna potrošnja vode po noćenju turista izračunata je na -19,04 m<sup>3</sup>, dok je potrošnja vode po noćenju stanovnika iznosila 0,44 m<sup>3</sup>.

#### Tumačenje rezultata:

Dobiveni rezultat s negativnim omjerom i visokom odstupajućom vrijednošću (-4170 %) upućuje na metodološki ili statistički problem u dostupnim podacima. Negativna vrijednost potrošnje vode po noćenju turista može biti posljedica:

- nerealnih ili pogrešno evidentiranih ulaznih podataka,
- nedostatnog razgraničenja potrošnje vode između turističkog i domicilnog stanovništva,
- pogrešnog načina obračuna potrošnje po noćenju ili neusklađenosti razdoblja prikupljenih podataka.

Takav rezultat otežava objektivnu procjenu održivosti upravljanja vodnim resursima u destinaciji. Ipak, i ovakvi nalazi upućuju na potrebu za revizijom metodologije prikupljanja i obrade podataka te uspostavu

sustava praćenja potrošnje vode po sektorima (stanovništvo, turizam, usluge) kako bi se dobila realna i usporediva slika potrošnje.

Preporuka:

- Uspostaviti precizniji sustav praćenja potrošnje vode u turističkom sektoru s jasnim razgraničenjem prema izvoru potrošnje.
- Redovito provoditi analizu sezonalnosti i korelirati broj turističkih noćenja s promjenama u potrošnji vode.
- Revidirati postojeće metode obračuna pokazatelja kako bi se izbjegla mogućnost pojave negativnih vrijednosti i dobila mjerodavna osnova za planiranje održivog upravljanja vodnim resursima.

#### 4.1.2.2. Gospodarenje otpadom

##### 4.1.2.2.1. Omjer količine komunalnog otpada nastale po noćenju turista i količine otpada koje generira stanovništvo u destinaciji (tone)

Tablica 20. GO-1 – Omjer količine komunalnog otpada nastale po noćenju turista i količine otpada koje generira stanovništvo u destinaciji

**GO-1 Omjer količine komunalnog otpada nastale po noćenju turista i količine otpada koje generira stanovništvo u destinaciji**

| Omjer količine otpada koji su proizveli turisti i lokalno stanovništvo (%) |
|----------------------------------------------------------------------------|
| -0,79                                                                      |

Rezultati pokazatelja GO-1: Omjer količine komunalnog otpada nastale po noćenju turista i količine otpada koje generira stanovništvo u destinaciji

Sažetak rezultata:

Analiza količine proizvedenog komunalnog otpada po noćenju turista u odnosu na količinu otpada koju generira lokalno stanovništvo pokazuje značajno odstupanje od očekivanih vrijednosti. Na temelju dostupnih podataka izračunat je omjer od -0,79 %, što ukazuje na neuobičajenu i negativnu vrijednost pokazatelja.

Ključni nalazi:

- Ukupna količina otpada nastalog u mjesecu s najmanjim brojem turističkih noćenja iznosila je 1591,90 t, dok je u mjesecu s najvećim brojem noćenja zabilježeno 1584,10 t otpada.
- Broj ostvarenih turističkih noćenja varirao je od 13.168 u najmanje prometnom do 34.727 u najprometnijem mjesecu.
- Prosječna količina otpada po turističkom noćenju iznosila je -0,0004 t, dok je količina otpada po noćenju stanovnika bila 0,0007 t.
- Količina otpada nastala zbog turističkih noćenja u mjesecu s najvećim brojem noćenja iznosila je -12,5642t, dok je količina otpada generiranog od lokalnog stanovništva bila 1596,6642t.

Tumačenje rezultata:

Dobivena negativna vrijednost pokazatelja i nerealno mali iznosi količine otpada po turističkom noćenju ukazuju na značajne metodološke i statističke neusklađenosti u prikupljanju i interpretaciji podataka, odnosno u vršnim turističkim mjesecima lokalno stanovništvo migrira zbog godišnjih odmora, a i broj turista nema značajan utjecaj na prostor.

Zbog toga ovaj pokazatelj u trenutnom obliku ne pruža pouzdanu osnovu za procjenu održivosti gospodarenja otpadom u kontekstu turizma.

Preporuka:

- Potrebno je preciznije definirati metodologiju prikupljanja i obrade podataka te jasno odvojiti količinu otpada koji proizlazi iz turističkih aktivnosti od otpada generiranog od strane lokalnog stanovništva.

#### 4.1.2.3. Zaštita bioraznolikosti

##### 4.1.2.3.1. Udio zaštićenih područja u destinaciji u ukupnoj površini destinacije (ukupno i pojedinačno po kategoriji zaštite)

Opći opis pokazatelja:

Pokazatelj BR-1 mjeri udio površine pod zakonskom zaštitom prirode u odnosu na ukupnu površinu destinacije. Cilj pokazatelja je utvrditi razinu očuvanja prirodnih vrijednosti te prikazati strukturu zaštićenih područja prema pojedinim kategorijama zaštite (npr. parkovi, rezervati, značajni krajobrazi i dr.), u skladu s važećim propisima i načelima održivog razvoja. Ovaj pokazatelj važan je alat za procjenu prirodnog kapitala destinacije, njezinog potencijala za održivi razvoj i valorizaciju prirodne baštine u turističkoj ponudi.

Tablica 21. BR-1 – Udio zaštićenih područja u destinaciji u ukupnoj površini destinacije

**BR-1** Udio zaštićenih prirodnih područja u destinaciji u ukupnoj površini destinacije (ukupno i pojedinačno po kategoriji zaštite)

| Udio zaštićenih površina u destinaciji u odnosu na ukupnu površinu destinacije (%) |
|------------------------------------------------------------------------------------|
| 26,79                                                                              |

BR-1 – Udio zaštićenih prirodnih područja u destinaciji u ukupnoj površini destinacije

Prikazani rezultati:

- Ukupan udio zaštićenih prirodnih površina:
- 26,79 % ukupne površine destinacije nalazi se pod određenim oblikom zakonske zaštite.
- Udio po kategorijama zaštite:
  - Strogi rezervat: 0,00 %
  - Nacionalni park: 0,00 %
  - Posebni rezervat: 0,00 %
  - Park prirode: 0,00 %
  - Regionalni park: 15,29 %
  - Spomenik prirode: 0,03 %
  - Značajni krajobraz: 9,38 %
  - Park-šuma: 2,06 %
  - Spomenik parkovne arhitekture: 0,03 %

Tumačenje pokazatelja:

- Više od četvrtine ukupne površine destinacije (26,79 %) obuhvaćeno je režimom zaštite prirode, što potvrđuje visoku razinu očuvanosti prirodnog okoliša i ističe važnost prostora za očuvanje bioraznolikosti, krajobraznih vrijednosti i ekosustava.
- Najveći udio zaštićenih površina zauzimaju:
  - Regionalni park s 15,29 %, koji omogućuje održivo korištenje prostora uz zaštitu ekoloških i krajobraznih vrijednosti, te

- Značajni krajobraz s 9,38 %, koji čuva specifične krajobrazne karakteristike i biološku raznolikost.
- Park-šume (2,06 %) dodatno pridonose očuvanju prostora te imaju važnu rekreacijsku, edukacijsku i ekološku funkciju.
- Potpuni izostanak strogo zaštićenih kategorija kao što su nacionalni parkovi, strogi i posebni rezervati pokazuje da destinacija nema područja iznimne divljine ili visoke ekološke osjetljivosti koja bi bila podvrgnuta strogim režimima zaštite.

#### Zaključak:

Destinacija raspolaže značajnim prirodnim resursima, a visoki udio zaštićenih područja potvrđuje njezin potencijal za razvoj turizma temeljenog na prirodnim vrijednostima i održivosti. Dominacija fleksibilnijih kategorija zaštite poput regionalnih parkova i značajnih krajobraza omogućuje usklađivanje zaštite prirode s gospodarskim i turističkim aktivnostima, no istovremeno zahtijeva odgovorno i plansko upravljanje prostorom.

Uključivanje zaštićenih područja u interpretacijske programe, tematske staze i održive aktivnosti doprinijet će jačanju prepoznatljivosti destinacije kao zelene i održive turističke regije.

#### 4.1.2.4. Održivo upravljanje energijom

##### 4.1.2.4.1. Omjer potrošnje električne energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju električne energije stalnog stanovništva destinacije

UEN-1 – Omjer potrošnje električne energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju električne energije stalnog stanovništva destinacije

Opći opis pokazatelja:

Pokazatelj UEN-1 mjeri količinu potrošene električne energije po turističkom noćenju u usporedbi s prosječnom potrošnjom električne energije po stanovniku destinacije. Cilj je procijeniti koliko turistički sektor opterećuje energetska sustav u odnosu na potrebe lokalnog stanovništva. Pokazatelj omogućuje praćenje energetske učinkovitosti u turizmu te identifikaciju potreba za mjerama smanjenja potrošnje i povećanja udjela obnovljivih izvora energije.

*Tablica 22. BR-1 – UEN-1 – Omjer potrošnje električne energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju električne energije stalnog stanovništva destinacije*

**UEN-1 Omjer potrošnje električne energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju električne energije stalnog stanovništva destinacije**

|                                                                         |         |
|-------------------------------------------------------------------------|---------|
| Omjer potrošnje električne energije po noćenju turista i stanovnika (%) |         |
|                                                                         | -248,52 |

Prikazani rezultati:

- Omjer potrošnje električne energije po noćenju turista i stanovnika:  
-248,52
- Ukupna finalna potrošnja električne energije:

- U mjesecu s najmanjim brojem noćenja: 7.647.967 kWh
- U mjesecu s najvećim brojem noćenja: 7.470.577 kWh
- Broj ostvarenih turističkih noćenja:
  - U mjesecu s najmanjim brojem noćenja: 13.168
  - U mjesecu s najvećim brojem noćenja: 34.727
- Broj stanovnika: 75.570
- Potrošnja električne energije po noćenju turista: -8,23 kWh
- Potrošnja električne energije po noćenju stanovnika: 3,31 kWh

Tumačenje pokazatelja:

- Negativna vrijednost omjera (-248,52) ukazuje na to da potrošnja električne energije po turističkom noćenju nije proporcionalna s potrošnjom po stanovniku, što može biti posljedica metodoloških specifičnosti obračuna (npr. manja ukupna potrošnja u razdoblju povećanog turističkog prometa ili visoka potrošnja u razdobljima s manjim brojem turista).

Zaključak:

Rezultati pokazuju da turizam značajno ne utječe na potrošnju električne energije u destinaciji te da su fluktuacije u potrošnji nisu izrazite u odnosu na lokalno stanovništvo, odnosno za vrijeme najvećeg dolaska turista u destinaciji postoji odlazak lokalnog stanovništva ne godišnje odmore.

#### 4.1.2.5. Ublažavanje i prilagodba klimatskim promjenama

##### 4.1.2.5.1. Uspostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika

UPK-1 – Uspostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika

Opći opis pokazatelja:

Pokazatelj UPK-1 mjeri postojanje strateških i planskih dokumenata koji reguliraju prilagodbu klimatskim promjenama, ublažavanje njihovih posljedica te procjenu rizika na razini destinacije. Cilj je procijeniti institucionalnu spremnost destinacije na klimatske izazove koji mogu imati izravan i neizravan utjecaj na turizam, infrastrukturu, gospodarstvo i društvenu stabilnost. Ovaj pokazatelj također daje uvid u stupanj provedbe i implementacije mjera definiranih u relevantnim dokumentima.

Tablica 23. UPK-1 – Uspostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika

| UPK-1 Uspostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika                               |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Dokumenti za prilagodbu i ublažavanje klimatskih promjena i procjenu rizika na razini destinacije su doneseni |
| DA                                                                                                            |

Prikazani rezultati:

- Postojanje strateških dokumenata: DA
- Ukupan broj mjera: 25
- Broj mjera u provedbi: 3
- Broj implementiranih mjera: 1

- Udio mjera u provedbi i implementiranih mjera u ukupnom broju mjera: 16 %
- Udio implementiranih mjera u ukupnom broju mjera: 4 %

Tumačenje pokazatelja:

- Rezultati pokazuju da je na razini destinacije uspostavljen strateški okvir za djelovanje u području klimatskih promjena, uključujući dokumente koji definiraju smjernice i mjere za ublažavanje rizika i prilagodbu klimatskim promjenama.
- Iako su relevantni dokumenti doneseni, razina njihove implementacije i provedbe mjera još je uvijek niska. Trenutno je u provedbi tek 16 % mjera, dok je samo 4 % njih u potpunosti implementirano.
- Ovakvi rezultati upućuju na početnu fazu primjene klimatskih politika te na potrebu za jačim kapacitetima, financijskim resursima i institucionalnom podrškom za njihovu realizaciju.
- Dokumenti kao što su *SEAP Grad Čakovec* i *Akcijski plan energetske učinkovitosti Međimurske županije* važan su temelj za daljnji razvoj sustava prilagodbe i otpornosti destinacije.

Zaključak:

Destinacija je uspostavila ključne strateške dokumente potrebne za upravljanje rizicima povezanim s klimatskim promjenama i njihovo ublažavanje. Međutim, njihova provedba još uvijek nije na zadovoljavajućoj razini, što ukazuje na potrebu intenzivnijeg djelovanja u narednom razdoblju. Povećanje broja implementiranih mjera, jačanje međusektorske suradnje i osiguravanje financijskih i organizacijskih resursa ključni su koraci prema izgradnji otpornije i održivije destinacije u kontekstu klimatskih izazova.

#### 4.1.3. Obvezni pokazatelji održivosti koji mjere utjecaj turizma na ekonomske aspekte održivosti

##### 4.1.3.1. Turistički promet

##### 4.1.3.1.1. Ukupan broj dolazaka turista u mjesecu s najvećim brojem ostvarenih turističkih noćenja

Opći opis pokazatelja:

Ovaj pokazatelj mjeri intenzitet turističkog pritiska u destinaciji tijekom najprometnijeg mjeseca, odnosno mjeseca s najvećim brojem noćenja. Ključan je za upravljanje kapacitetima, infrastrukturom i uslugama jer pruža uvid u maksimalno opterećenje koje destinacija doživljava.

Tablica 24. TP-1 – Ukupan broj dolazaka turista u mjesecu s najvećim opterećenjem

| TP-1 Ukupan broj dolazaka turista u mjesecu s najvećim opterećenjem |  |
|---------------------------------------------------------------------|--|
| Ukupan broj dolazaka                                                |  |
| 12426                                                               |  |

Prikazani rezultat:

- Ukupan broj dolazaka u mjesecu najveće turističke aktivnosti: 12.426 turista

Tumačenje pokazatelja:

- Ova brojka predstavlja vršni turistički pritisak u destinaciji i može se koristiti za:
  - planiranje sezonskih potreba (npr. u prometu, zdravstvu, sigurnosti),
  - prilagodbu radne snage i usluga,
  - izradu sezonskih promotivnih i infrastrukturnih strategija.

- Ako se usporedi s brojem stalnih stanovnika, može se izračunati odnos gostiju i lokalnog stanovništva, što dodatno pokazuje razinu opterećenja zajednice.

**Zaključak:**

Vrijednost pokazatelja TP-1 od 12.426 dolazaka u mjesecu s najvećim opterećenjem ukazuje na značajnu sezonsku koncentraciju turističkog prometa u destinaciji. Takav podatak je ključan za razvoj mjera održivog upravljanja, raspodjelu resursa i osiguranje kvalitete života lokalne zajednice u vršnim razdobljima turističke sezone. Bez obzira na sezonalnost nema posebno značajnog udara na prostor i kvalitetu života lokalne zajednice.

#### 4.1.3.1.2. Prosječna duljina boravka turista u destinaciji

**Opći opis pokazatelja:**

Pokazatelj TP-2 prikazuje prosječan broj noćenja koje jedan turist ostvari tijekom svog boravka u destinaciji. Ova metrika ključna je za razumijevanje ponašanja turista, planiranje ponude i infrastrukture, ali i za mjerenje ekonomskog učinka boravka po gostu.

*Tablica 25. TP-2 – Prosječna duljina boravka turista u destinaciji*

| TP-2 Prosječna duljina boravka turista u destinaciji |  |
|------------------------------------------------------|--|
| Prosječna duljina boravka<br>turista u destinaciji   |  |
| 2,29                                                 |  |

**Prikazani rezultat:**

- Prosječna duljina boravka turista: 2,29 noćenja
- Ukupan broj registriranih noćenja: 220.190
- Ukupan broj dolazaka turista: 95.947

**Tumačenje pokazatelja:**

- Iz rezultata se može zaključiti da jedan turist u prosjeku ostaje nešto više od 2 noći u destinaciji, što je relativno kratak boravak.
- Kratko zadržavanje turista može ukazivati na:
  - prevlast vikend i kratkih odmora,
  - atraktivnost destinacije za jednodnevne ili tranzitne posjete,
  - potrebu za unaprjeđenjem ponude i sadržaja kako bi se turiste zadržalo duže.
- Ova vrijednost može se koristiti i za procjenu kapaciteta smještajnih objekata i optimalno planiranje radne snage, pogotovo u razdobljima visoke sezone.

**Zaključak:**

Prosječna duljina boravka od 2,29 dana ukazuje na to da destinacija primarno privlači goste koji dolaze na kratki boravak. U svrhu povećanja turističke potrošnje i rasterećenja visoke sezone, preporučuje se razmatranje razvoja dodatnih sadržaja i iskustava koji bi potaknuli duži boravak i povratak posjetitelja. Taj pokazatelj također je koristan za segmentaciju tržišta i oblikovanje promotivnih kampanja usmjerenih na ciljane skupine koje su sklone duljem zadržavanju.

#### 4.1.3.2. Poslovanje gospodarskih subjekata u turizmu

##### 4.1.3.2.1. Broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane

Opći opis pokazatelja:

PGS-1 prikazuje udio zaposlenih u sektoru turizma, točnije u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane, u odnosu na ukupno zaposlene osobe u destinaciji, na mjesečnoj razini. Pokazatelj je važan za praćenje turističke aktivnosti i sezonalnosti zapošljavanja u turizmu.

Tablica 26. PGS-1 – Broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane

#### **PGS-1 Broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane**

| Mj.   | Prosjek broja zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane u odnosu na ukupan broj zaposlenih (%) |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| I.    | 3,80                                                                                                                             |
| II.   | 3,63                                                                                                                             |
| III.  | 3,73                                                                                                                             |
| IV.   | 3,81                                                                                                                             |
| V.    | 3,83                                                                                                                             |
| VI.   | 3,84                                                                                                                             |
| VII.  | 3,92                                                                                                                             |
| VIII. | 3,99                                                                                                                             |
| IX.   | 3,99                                                                                                                             |
| X.    | 3,94                                                                                                                             |
| XI.   | 3,93                                                                                                                             |
| XII.  | 3,85                                                                                                                             |

Ključni rezultati:

- Najviši udio zaposlenih u turističkom sektoru zabilježen je u kolovozu i rujnu (VIII. i IX. mjesec): 3,99 %.
- Najniži udio bio je u veljači (II. mjesec): 3,63 %.
- Najveći broj zaposlenih u turizmu bio je u rujnu i listopadu (IX. i X. mjesec): 1.181 zaposlenik.
- Ukupan broj zaposlenih prema mjestu rada kretao se od 29.366 (I.) do 29.944 (X.).
- Godišnji prosjek udjela zaposlenih u sektoru smještaja i ugostiteljstva iznosi približno 3,84 %.

Tumačenje pokazatelja:

- Sezonalnost je jasno izražena – udio zaposlenih u turističkom sektoru raste tijekom ljetnih mjeseci, što odražava povećanu potražnju za turističkim uslugama u visokoj sezoni.
- Najveći udio zaposlenih u ovom sektoru u VIII. i IX. mjesecu ukazuje na vrhunac turističke aktivnosti, dok su udjeli tijekom zime niži, što je tipično za destinacije s pretežito ljetnom turističkom potražnjom.
- Broj zaposlenih u turizmu iznosi oko 1.100 – 1.180 osoba mjesečno, što čini relevantan segment radne snage, ali i potvrđuje da je sektor turizma visoko sezonalno orijentiran.

Zaključak:

Sektor pružanja smještaja i usluživanja hrane u destinaciji zapošljava u prosjeku gotovo 4 % svih zaposlenih, s jasnim sezonskim oscilacijama. Ovi podaci ukazuju na potrebu za fleksibilnim upravljanjem ljudskim resursima, kao i važnost produženja sezone i uvođenja cjelogodišnjih turističkih sadržaja radi ravnomjernijeg zapošljavanja i stabilnijeg tržišta rada u turizmu.

#### 4.1.3.2.2. Poslovni prihod gospodarskih subjekata (obveznika poreza na dobit) u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane

Opći opis pokazatelja:

Pokazatelj PGS-2 mjeri ukupni godišnji poslovni prihod gospodarskih subjekata koji djeluju u sektorima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane, a obveznici su poreza na dobit. Ovaj pokazatelj služi kao važan indikator ekonomske aktivnosti, konkurentnosti i ukupne vitalnosti turističkog gospodarstva destinacije. Njegovo praćenje omogućuje razumijevanje doprinosa turizma lokalnom gospodarstvu, procjenu investicijskog potencijala i planiranje daljnjeg razvoja sektora.

Tablica 27. Poslovni prihod gospodarskih subjekata pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane

**PGS-2** Poslovni prihod gospodarskih subjekata (obveznika poreza na dobit) u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane

|                                                                            |
|----------------------------------------------------------------------------|
| Poslovni prihod gospodarskih subjekata<br>ostvaren tijekom godine<br>(EUR) |
| 49.531.468,17                                                              |

Tablica 28. Poslovni prihod gospodarskih subjekata (obveznika poreza na dobit) u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane po JLS

| Turistička zajednica                                      | Poslovni prihod gospodarskih subjekata<br>(obveznika poreza na dobit) u<br>djelatnostima pružanja smještaja te<br>pripreme i usluživanja hrane 2024. godina |
|-----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Turistička zajednica Grada Čakovca</b>                 | <b>19.894.359,17 €</b>                                                                                                                                      |
| <b>Turistička zajednica Grada Preloga / Dravsko blago</b> | <b>6.024.202,10 €</b>                                                                                                                                       |
| <b>Turistička zajednica Općine Štrigova</b>               | <b>499.738,06 €</b>                                                                                                                                         |
| <b>Turistička zajednica Općine Sveti Martin na Muri</b>   | <b>13.193.498,96 €</b>                                                                                                                                      |
| <b>Turistička zajednica Područja Mura i gorice</b>        | <b>3.749.637,45 €</b>                                                                                                                                       |
| Grad Mursko Središće                                      | 1.325.175,39 €                                                                                                                                              |
| Općina Selnica                                            | 645.923,28 €                                                                                                                                                |
| Općina Vratišinec                                         | 534.080,88 €                                                                                                                                                |
| Općina Podturen                                           | 1.244.457,90 €                                                                                                                                              |
| <b>Turistička zajednica Područja Srce Međimurja</b>       | <b>6.170.032,43 €</b>                                                                                                                                       |
| Općina Nedelišće                                          | 3.865.968,27 €                                                                                                                                              |
| Općine Sveti Juraj na Bregu                               | 1.155.482,16 €                                                                                                                                              |
| Općina Gornji Mihaljevec                                  | 84.273,97 €                                                                                                                                                 |
| Općina Šenkovec                                           | 864.762,85 €                                                                                                                                                |
| Općina Strahoninec                                        | 199.545,18 €                                                                                                                                                |
| <b>UKUPNO</b>                                             | <b>49.531.468,17 €</b>                                                                                                                                      |

Prikazani rezultati:

- Poslovni prihod gospodarskih subjekata ostvaren tijekom godine: 49.531.468,17 EUR

Tumačenje pokazatelja:

- Ostvareni godišnji prihod gospodarskih subjekata u iznosu od 49,53 milijuna eura pokazuje značajnu gospodarsku aktivnost u turizmu, posebice u sektorima smještaja i ugostiteljstva.
- Ovaj rezultat potvrđuje da turizam ima snažnu ekonomsku ulogu u lokalnom gospodarstvu te predstavlja jedan od ključnih pokretača razvoja i zapošljavanja u destinaciji.
- Visina prihoda ukazuje i na stabilnu potražnju za turističkim uslugama, kao i na atraktivnost destinacije za posjetitelje tijekom cijele godine.
- Uz to, prihod od gotovo 50 milijuna eura stvara prostor za daljnja ulaganja u kvalitetu usluga, inovacije, razvoj novih turističkih proizvoda i povećanje konkurentnosti.

Zaključak:

Sektor smještaja i ugostiteljstva ostvaruje značajnu razinu gospodarske aktivnosti i predstavlja temelj razvoja turističkog gospodarstva destinacije. Ostvareni prihod jasno potvrđuje važnost turizma za lokalnu ekonomiju te naglašava potrebu daljnjeg jačanja poslovnog okruženja, poticanja investicija i osnaživanja malih i srednjih poduzetnika. Preporučuje se nastavak praćenja ovog pokazatelja u kontinuitetu radi identifikacije trendova i pravovremenog planiranja mjera za poticanje održivog gospodarskog rasta u turističkom sektoru.

#### 4.1.4. Obvezni pokazatelji održivosti koji mjere utjecaj turizma na prostorne aspekte održivosti destinacije i organizaciju turizma

##### 4.1.4.1. Turistička infrastruktura

##### 4.1.4.1.1. Identifikacija i klasifikacija turističkih atrakcija

TI-1 je osnovni pokazatelj za razumijevanje i strateško upravljanje turističkim potencijalima neke destinacije. Njegovo praćenje doprinosi očuvanju baštine, odgovornom korištenju prirodnih i kulturnih dobara te pozicioniranju destinacije kao održive i autentične turističke regije.

Tablica 29. TI-1 Turistička infrastruktura

| Zaštićena kulturna dobra                                                 |                        |                 |                          |
|--------------------------------------------------------------------------|------------------------|-----------------|--------------------------|
| Naziv kulturnog dobra                                                    | Naselje                | Vrsta           | Pravni status            |
| Arheološka zona Sveti Martin na Muri - antički Halicanum                 | Sveti Martin na Muri   | Arheologija     | Zaštićeno kulturno dobro |
| Arheološko nalazište "Stara Ves"                                         | Nedelišće; Strahoninec | Arheologija     | Zaštićeno kulturno dobro |
| Arheološko nalazište Gradišće                                            | Nedelišće              | Arheologija     | Zaštićeno kulturno dobro |
| Cjelina arhivskih fondova i zbirki u posjedu Državnog arhiva u Međimurju | Štrigova               | Pokretna zbirka | Zaštićeno kulturno dobro |

|                                                             |                      |                           |                          |
|-------------------------------------------------------------|----------------------|---------------------------|--------------------------|
| Crkva Marije Kraljice i sv. Ladislava                       | Mursko Središće      | Nepokretna pojedinačna    | Zaštićeno kulturno dobro |
| Crkva Pohoda Blažene Djevice Marije                         | Macinec              | Nepokretna pojedinačna    | Zaštićeno kulturno dobro |
| Crkva Presvetog Trojstva i župni dvor                       | Nedelišće            | Nepokretna pojedinačna    | Zaštićeno kulturno dobro |
| Crkva sv. Jakova                                            | Čukovec              | Nepokretna pojedinačna    | Zaštićeno kulturno dobro |
| Crkva sv. Jakova i pil sv. Obitelji                         | Prelog               | Nepokretna pojedinačna    | Zaštićeno kulturno dobro |
| Crkva sv. Jeronima i nekadašnja pavlinska rezidencija       | Štrigova             | Nepokretna pojedinačna    | Zaštićeno kulturno dobro |
| Crkva sv. Jurja i župni dvor                                | Lopatinec; Pleškovec | Nepokretna pojedinačna    | Zaštićeno kulturno dobro |
| Crkva sv. Katarine                                          | Gornji Mihaljevec    | Nepokretna pojedinačna    | Zaštićeno kulturno dobro |
| Crkva sv. Lovre                                             | Cirkovljan           | Nepokretna pojedinačna    | Zaštićeno kulturno dobro |
| Crkva sv. Margarete                                         | Kapelšćak            | Nepokretna pojedinačna    | Zaštićeno kulturno dobro |
| Crkva sv. Marije Magdalene i kurija župnog dvora            | Štrigova             | Nepokretna pojedinačna    | Zaštićeno kulturno dobro |
| Crkva sv. Marka evanđelista, župni dvor i pomoćne građevine | Selnica              | Nepokretna pojedinačna    | Zaštićeno kulturno dobro |
| Crkva sv. Martina                                           | Podturen             | Nepokretna pojedinačna    | Zaštićeno kulturno dobro |
| Crkva sv. Martina                                           | Sveti Martin na Muri | Nepokretna pojedinačna    | Zaštićeno kulturno dobro |
| Crkva sv. Nikole s franjevačkim samostanom                  | Čakovec              | Nepokretna pojedinačna    | Zaštićeno kulturno dobro |
| Crkva sv. Roka                                              | Draškovec            | Nepokretna pojedinačna    | Zaštićeno kulturno dobro |
| Crkva sv. Roka                                              | Novo Selo Rok        | Nepokretna pojedinačna    | Zaštićeno kulturno dobro |
| Crkva Uzvišenja Svetog Križa                                | Vratišinec           | Nepokretna pojedinačna    | Zaštićeno kulturno dobro |
| Kameni pil Sv. Trojstva                                     | Čakovec              | Nepokretna pojedinačna    | Zaštićeno kulturno dobro |
| Kapela sv. Jelene                                           | Šenkovec             | Nepokretna pojedinačna    | Zaštićeno kulturno dobro |
| Kompleks Starog grada                                       | Čakovec              | Nepokretna pojedinačna    | Zaštićeno kulturno dobro |
| Kulturno - povijesna cjelina grada Čakovca                  | Čakovec              | Kulturnopovijesna cjelina | Zaštićeno kulturno dobro |
| Majur Feštetić                                              | Štrukovec            | Nepokretna pojedinačna    | Zaštićeno kulturno dobro |
| Memorijalno mjesto stradanja Roma u II svjetskom ratu       | Draškovec            | Nepokretna pojedinačna    | Zaštićeno kulturno dobro |
| Pil s likom Trpećega (Žalosnoga) Krista                     | Gornji Mihaljevec    | Nepokretna pojedinačna    | Zaštićeno kulturno dobro |

|                                                            |              |                        |                                     |
|------------------------------------------------------------|--------------|------------------------|-------------------------------------|
| Pil sv. Florijana                                          | Štrigova     | Nepokretna pojedinačna | Zaštićeno kulturno dobro            |
| Pil sv. Mihovila Arkandela                                 | Čakovec      | Nepokretna pojedinačna | Zaštićeno kulturno dobro            |
| Pil sv. Roka                                               | Štrigova     | Nepokretna pojedinačna | Zaštićeno kulturno dobro            |
| Poklonac sv. Florijana                                     | Draškovec    | Nepokretna pojedinačna | Zaštićeno kulturno dobro            |
| Štrigovska skupina govora                                  |              | Nematerijalna          | Zaštićeno kulturno dobro            |
| Tradicijsko lončarstvo na području sjeverozapadne Hrvatske |              | Nematerijalna          | Zaštićeno kulturno dobro            |
| Umijeće izrade tradicijske pokladne maske pikač            | Selnica      | Nematerijalna          | Zaštićeno kulturno dobro            |
| Visoka učiteljska škola                                    | Čakovec      | Nepokretna pojedinačna | Zaštićeno kulturno dobro            |
| Zgrada stare škole                                         | Vratišinec   | Nepokretna pojedinačna | Zaštićeno kulturno dobro            |
| Židovsko groblje                                           | Mihovljan    | Nepokretna pojedinačna | Zaštićeno kulturno dobro            |
| Arheološko nalazište Črečan                                | Črečan       | Arheologija            | Privremeno zaštićeno kulturno dobro |
| Crkva Svete Marije Pomoćnice                               | Strahoninec  | Nepokretna pojedinačna | Privremeno zaštićeno kulturno dobro |
| Kurija Zichy-Terbócz                                       | Železna Gora | Nepokretna pojedinačna | Privremeno zaštićeno kulturno dobro |
| Tradicijska kuća i okućnica s pomoćnim zgradama            | Cirkovljan   | Nepokretna pojedinačna | Privremeno zaštićeno kulturno dobro |

Izvor: <https://registar.kulturnadobra.hr>, obrada YouAre d.o.o.

Tablica 30. TI-1 Turistička infrastruktura

| Zaštićena prirodna područja |                               |
|-----------------------------|-------------------------------|
| Popis                       | Kategorija                    |
| Mura – Drava                | Regionalni park               |
| Hrast U Donjem Vidovcu      | Spomenik prirode              |
| Bedekovićeve Grabe          | Spomenik prirode              |
| Vučetinec - Tulipanovac     | Spomenik parkovne arhitekture |
| Sveti Urban - Dvije Platane | Spomenik parkovne arhitekture |
| Nedelišće - Platana         | Spomenik parkovne arhitekture |
| Čakovec - Dvije Glicinije   | Spomenik parkovne arhitekture |
| Pribislavec Magnolija       | Spomenik parkovne arhitekture |
| Čakovec - Perivoj Zrinski   | Spomenik parkovne arhitekture |
| Donja Dubrava Ginko         | Spomenik parkovne arhitekture |
| Mura                        | Značajni krajobraz            |

Izvor: <https://bioportal.hr/gis/>, obrada YouAre d.o.o.

#### 4.1.4.2. Održivo upravljanje destinacijom

##### 4.1.4.2.1. Status implementacije aktivnosti iz plana upravljanja destinacijom

Pokazatelj OUD-1 – Status implementacije aktivnosti iz plana upravljanja destinacijom

Povezanost pokazatelja s međunarodnim, zakonodavnim i strateškim dokumentima

- Međunarodni okvir:  
GSTC – Global Sustainable Tourism Council preporučuje da destinacija ima ažuriran i javno dostupan višegodišnji plan ili strategiju, što je temelj za učinkovito i transparentno upravljanje razvojem.
- Zakon o turizmu (čl. 14, st. 2):  
Naglašava obvezu održivog upravljanja destinacijom, pri čemu Plan upravljanja ima ključnu ulogu kao alat za praćenje, usmjeravanje i evaluaciju turističkog razvoja.
- Ciljevi održivog razvoja (SDG):
  - Cilj 11: Poticanje održivog urbanog razvoja, uključujući turističke destinacije
  - Cilj 8: Promicanje održivog gospodarskog rasta i kvalitetnog zapošljavanja kroz odgovorno planiranje
  - Cilj 12: Uključivanje održive potrošnje i proizvodnje u turističke politike
  - Cilj 17: Jačanje partnerstava u svrhu provedbe razvojnih strategija
- Strategija i Nacionalni plan:
  - Strateški cilj: Otporan turizam
  - Posebni cilj: Uspostava učinkovitog okvira za upravljanje razvojem održivog turizma

Definicija i svrha pokazatelja

- Definicija:  
Pokazatelj prati stupanj implementacije aktivnosti definiranih u Planu upravljanja destinacijom. Referentna točka je terminski plan provedbe.
- Opis i svrha:  
S obzirom na to da je izrada i provedba Plana upravljanja obveza za sve destinacije u Hrvatskoj, ovaj pokazatelj osigurava praćenje učinkovitosti upravljačkog procesa.

Cilj je osigurati:

- transparentnost u implementaciji
- praćenje postignuća u odnosu na zadane ciljeve
- identifikaciju izazova i uskih grla u provedbi
- evaluaciju rezultata na razini destinacije

Podpokazatelji (opcionalno):

- Postojanje i dostupnost strateškog dokumenta (strategije/akcijskog plana)
- Vidljivost dokumenta na mrežnim stranicama
- Postotak provedenih aktivnosti s jasno definiranim učincima

Podaci i izvori

- Naziv podataka:
  1. Postoji li javno dostupan Plan upravljanja destinacijom – DA/NE
  2. Ukupan broj definiranih aktivnosti u Planu
  3. Broj provedenih (implementiranih) aktivnosti
- Mjerna jedinica:
  1. Dokument (strategija i/ili plan)
  2. Broj aktivnosti

$$3. \text{ Postotak provedenih aktivnosti} = (\text{broj implementiranih aktivnosti} / \text{ukupan broj aktivnosti}) \times 100$$

- Izvor podataka / potencijalni izvor:  
Turističke zajednice destinacije i jedinice lokalne samouprave (JLS)

#### Dostupnost i učestalost podataka

- Dostupnost:  
Podaci su dostupni, temeljem lokalne i turističke dokumentacije
- Periodičnost prikupljanja:  
Jednom godišnje
- Učestalost mjerenja:  
Godišnje

#### Metodologija izračuna pokazatelja

- Pokazatelj se izračunava kao omjer implementiranih aktivnosti u odnosu na ukupno planirane aktivnosti, prema formuli:

$(\text{Broj implementiranih aktivnosti} / \text{Ukupan broj aktivnosti}) \times 100$

- Aktivnost se smatra implementiranom isključivo ako je u potpunosti provedena i za nju postoje mjerljivi učinci (npr. izvješća, javne objave, realizirani projekti).

#### Zaključak

Pokazatelj OUD-1 predstavlja ključni alat za procjenu učinkovitosti destinacijskog upravljanja. Redovitim praćenjem implementacije strateških aktivnosti omogućuje se održivi razvoj, racionalno upravljanje resursima te jačanje odgovornosti i partnerstva na lokalnoj razini.

**Nije primjenjivo za 2024. godinu.**

#### 4.1.4.3. Održivo upravljanje prostorom

##### 4.1.4.3.1. Broj ostvarenih noćenja u smještajnim objektima destinacije po hektaru izgrađenog građevinskog područja JLS

OUP-1 – Broj ostvarenih noćenja u smještajnim objektima destinacije po hektaru izgrađenog građevinskog područja JLS

Opći opis pokazatelja:

Pokazatelj OUP-1 mjeri intenzitet turističkog korištenja prostora kroz odnos između ukupnog broja ostvarenih noćenja i površine izgrađenog građevinskog zemljišta u jedinicama lokalne samouprave (JLS). Cilj je procijeniti učinkovitost korištenja prostora u turističke svrhe te pratiti razinu pritiska turizma na urbanizirani prostor. Ovaj pokazatelj pomaže u planiranju prostornog razvoja, upravljanju infrastrukturom i osiguravanju održivog razvoja destinacije.

*Tablica 31. OUP-1 – Broj ostvarenih noćenja u smještajnim objektima destinacije po hektaru izgrađenog građevinskog područja JLS*

OUP-1 Broj ostvarenih noćenja u smještajnim objektima destinacije po hektaru izgrađenog građevinskog područja JLS

| Broj ostvarenih noćenja u smještajnim objektima po hektaru izgrađenog građevinskog područja<br>(noćenje/ha) |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 29,6672056                                                                                                  |

Prikazani rezultati:

- Broj ostvarenih noćenja po hektaru izgrađenog građevinskog područja: 29,67 noćenja/ha
- Ukupan broj turističkih noćenja: 220190
- Površina izgrađenog građevinskog zemljišta u zonama stanovanja: 5.201,00 ha
- Površina izgrađenog građevinskog zemljišta u zonama mješovite namjene: 2.202,00 ha
- Površina izgrađenog građevinskog zemljišta u zonama predviđenim za ugostiteljsko-turističke aktivnosti: 19,00 ha

Tumačenje pokazatelja:

- S vrijednošću od 29,67 noćenja po hektaru, destinacija ostvaruje relativno umjeren intenzitet korištenja izgrađenog građevinskog prostora za turističke svrhe.
- Ovakav rezultat ukazuje na uravnotežen odnos između prostorne dostupnosti i turističke aktivnosti, što je povoljno s aspekta održivog prostornog razvoja.
- Relativno mala površina zemljišta izravno namijenjenog ugostiteljsko-turističkim sadržajima (19 ha) u usporedbi s ukupnim urbaniziranim područjem ukazuje na to da se turističke aktivnosti velikim dijelom odvijaju unutar mješovitih ili stambenih zona.
- Takav prostorni raspored može pridonijeti integraciji turizma u lokalnu zajednicu, ali i zahtijevati dodatnu pažnju u planiranju infrastrukture, prometa i komunalnih usluga kako bi se izbjegli konflikti korištenja prostora.

Zaključak:

Pokazatelj OUP-1 potvrđuje da je turistička aktivnost u destinaciji dobro integrirana u postojeću prostornu

strukturu te da ne stvara pretjerani pritisak na izgrađeno građevinsko područje. Ipak, ograničena površina zemljišta namijenjenog specifično turističkim aktivnostima sugerira potrebu za strateškim planiranjem budućih zona razvoja kako bi se podržao daljnji rast turizma bez narušavanja kvalitete života stanovnika. Preporučuje se i daljnje praćenje ovog pokazatelja radi pravodobnog uočavanja promjena u intenzitetu prostorne uporabe i njihovih učinaka na održivost destinacije.

## 5. Izračun obveznih pokazatelja prihvatnog kapaciteta destinacije Sv. Marin na Muri

Tablica 32. Skupni izračun obveznih pokazatelja prihvatnog kapaciteta destinacije Sv. Marin na Muri

| OBVEZNI POKAZATELJI – pregled rezultata 2020.-2024.                                                                                                     |                                            |                                            |                                            |                                            |                                            |                                                                                                     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|--------------------------------------------|--------------------------------------------|--------------------------------------------|--------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Pokazatelj                                                                                                                                              | 2020                                       | 2021                                       | 2022                                       | 2023                                       | 2024                                       | Nalaz (kratko)                                                                                      |
| 1.1 Stav o turizmu kao faktoru povećanja blagostanja stanovnika                                                                                         |                                            |                                            |                                            |                                            | 95,59%                                     | Vrlo visok udio pozitivnih stavova; turizam se percipira kao doprinos kvaliteti života.             |
| 2.1 Omjer broja kreveta u komercijalnom smještaju te kućama i stanovima za odmor u odnosu na 100 stanovnika                                             | 49,11                                      | 47,72                                      | 47,58                                      | 52,78                                      | 56,47                                      | Postupan rast smještajnih kapaciteta u odnosu na broj stanovnika.                                   |
| 2.2 Omjer broja kreveta u nekomercijalnom smještaju u odnosu na 100 stanovnika                                                                          | 5,91                                       | 5,65                                       | 8,88                                       | 12,49                                      | 12,53                                      | Raste udio nekomercijalnog smještaja, ali bez izraženog pritiska na destinaciju.                    |
| 2.3 Omjer broja smještajnih objekata u domaćinstvu te kućama i stanovima za odmor u odnosu na broj stanova za stalno stanovanje                         | 0,22                                       | 0,21                                       | 0,22                                       | 0,22                                       | 0,22                                       | Odnos turističkih i stambenih objekata ostaje stabilan.                                             |
| 2.4 Broj kreveta u komercijalnom smještaju te kućama i stanovima za odmor na 100 m <sup>2</sup> građevinskog područja naselja                           | 0,03                                       | 0,03                                       | 0,03                                       | 0,03                                       | 0,04                                       | Vrlo niska prostorna gustoća smještajnih kapaciteta.                                                |
| 2.5 Struktura smještajnih kapaciteta izražena u postotnim udjelima                                                                                      | HOT 37%;<br>KMP 9%;<br>DOM 16%;<br>PKS 39% | HOT 37%;<br>KMP 9%;<br>DOM 16%;<br>PKS 38% | HOT 40%;<br>KMP 5%;<br>DOM 27%;<br>PKS 27% | HOT 36%;<br>KMP 5%;<br>DOM 34%;<br>PKS 25% | HOT 36%;<br>KMP 5%;<br>DOM 34%;<br>PKS 25% | Struktura se pomiče prema jačanju privatnog smještaja uz stabilan hotelski segment.                 |
| 3.1 Intenzitet stacionarnog, komercijalnog i nekomercijalnog turizma kao omjer prosječnog broja turista po stanovniku u vršnim danima turističke sezone | 0,11                                       | 0,13                                       | 0,15                                       | 0,18                                       | 0,21                                       | Turistički intenzitet raste, ali ostaje nizak u odnosu na broj stanovnika.                          |
| 3.2 Nezadovoljstvo radi gužve na ulicama, trgovima, atrakcijama                                                                                         |                                            |                                            |                                            |                                            | 16,00%                                     | Gužve se ne doživljavaju kao značajan problem za većinu stanovnika.                                 |
| 4.1 Koncentracija materijalnih atrakcija na odabranim područjima destinacije / definiranim zonama                                                       | 0,03                                       | 0,03                                       | 0,04                                       | 0,04                                       | 0,05                                       | Broj atrakcija postupno raste, ali koncentracija ostaje umjerena.                                   |
| 4.2 Koncentracija ugostiteljskih sadržaja na odabranim područjima destinacije / definiranim zonama                                                      | 1,23                                       | 1,37                                       | 1,50                                       | 1,62                                       | 1,73                                       | Raste iskorištenost ugostiteljskih kapaciteta i potražnja za uslugama.                              |
| 4.3 Kakvoća voda za kupanje na mjernim stanicama na području destinacije tijekom razdoblja lipanj–rujan                                                 | n/p                                        | n/p                                        | n/p                                        | n/p                                        | n/p                                        | Pokazatelj nije primjenjiv / nema relevantnih podataka.                                             |
| 4.4 Raspoloživa površina plaže po kupaću u danima vršne turističke sezone                                                                               | n/p                                        | n/p                                        | n/p                                        | n/p                                        | n/p                                        | Pokazatelj nije primjenjiv za destinaciju.                                                          |
| 4.5 Kakvoća zraka na mjernim stanicama na području destinacije tijekom razdoblja lipanj–rujan                                                           | I. kat.                                    | I. kat.                                    | I. kat.                                    | I. kat.                                    | I. kat.                                    | Kvaliteta zraka ostaje u I. kategoriji; ljeti povoljnija nego zimi.                                 |
| 4.6 Utjecaj turizma na izgled destinacije                                                                                                               |                                            |                                            |                                            |                                            | 88,24%                                     | Vrlo pozitivan učinak turizma na izgled i uređenost destinacije.                                    |
| 4.7 Utjecaj turizma na korištenje javnog prostora                                                                                                       |                                            |                                            |                                            |                                            | 66,18%                                     | Većina stanovnika ne vidi negativan utjecaj turizma na javni prostor.                               |
| 4.8 PH2 Zadovoljstvo ljepotom mjesta                                                                                                                    |                                            |                                            |                                            |                                            | 76,00%                                     | Visoka razina zadovoljstva estetskom kvalitetom mjesta.                                             |
| 4.8 PH3 Zadovoljstvo uređenošću mjesta                                                                                                                  |                                            |                                            |                                            |                                            | 72,00%                                     | Stanovnici mjesto doživljavaju kao uredno i održavano.                                              |
| 4.8 PH4 Zadovoljstvo uređenošću glavnih atrakcija                                                                                                       |                                            |                                            |                                            |                                            | 76,00%                                     | Glavne atrakcije percipiraju se kao dobro uređene.                                                  |
| 5.1 Razina buke u danima vršne turističke sezone u odnosu na ostatak godine                                                                             | Lday +3 dB;<br>Lnight -2 dB                | Lday +4 dB;<br>Lnight -2 dB                | Lday +5 dB;<br>Lnight -1 dB                | Lday +6 dB;<br>Lnight -1 dB                | Lday +7 dB;<br>Lnight 0 dB                 | Dnevna buka prelazi referentne vrijednosti, no noćna ostaje u granicama.                            |
| 5.2 Iritacija razinom buke u vršnim danima turističke sezone                                                                                            |                                            |                                            |                                            |                                            | 2,94%                                      | Buka se rijetko percipira kao ozbiljan problem.                                                     |
| 5.3 Utjecaj buke na kvalitetu boravka                                                                                                                   |                                            |                                            |                                            |                                            | 12,00%                                     | Utjecaj buke postoji, ali ne narušava značajno kvalitetu boravka.                                   |
| 6.1 Udio stambenih jedinica turističke namjene u ukupnom broju stambenih jedinica                                                                       | 2,64                                       | 3,78                                       | 4,17                                       | 4,33                                       | 4,37                                       | Postupan rast turističkih stambenih jedinica, ali bez izražene turistifikacije.                     |
| 6.2 Maksimalni potencijal izgradnje na neizgrađenim i izgrađenim dijelovima građevinskog područja naselja mješovite namjene (srednja procjena)          | 1488,18                                    | 1348,04                                    | 1311,27                                    | 1344,40                                    | 1310,32                                    | Potencijal izgradnje je velik, iako se postupno smanjuje zbog rasta izgrađenosti.                   |
| 6.3 Mogućnosti nove stambene izgradnje na neizgrađenim površinama mješovite namjene građevinskog područja naselja                                       | 40853,20                                   | 40853,20                                   | 40853,20                                   | 40853,20                                   | 40853,20                                   | Vrlo velik prostorni potencijal za novu stambenu izgradnju unutar postojećeg građevinskog područja. |
| 6.4 Utjecaj pretvaranja stanova u turističke apartmane na kvalitetu života                                                                              |                                            |                                            |                                            |                                            | 16,18%                                     | Apartmentizacija se zasad ne doživljava kao izražen problem.                                        |
| 7.1 Vršno opterećenje u odnosu na kapacitete – voda                                                                                                     | 1211,10                                    | 1978,07                                    | 1976,19                                    | 7249,96                                    | 7896,69                                    | Turistički promet snažno utječe na sezonsko opterećenje vodoopskrbe.                                |
| 7.2 Vršno opterećenje u odnosu na kapacitete – električna energija                                                                                      | -49,32                                     | -36,92                                     | -31,22                                     | -34,24                                     | -34,02                                     | Turizam ne povećava ukupno opterećenje elektroenergetskog sustava.                                  |
| 7.3 Broj djelatnika na održavanju javnih površina u odnosu na m <sup>2</sup> javnih površina                                                            | 16873333,33                                | 16873333,33                                | 16873333,33                                | 16873333,33                                | 16873333,33                                | Jedan djelatnik pokriva vrlo veliku površinu javnog prostora.                                       |
| 7.4 Kapaciteti (ljudski i tehnološki) za odvoz otpada                                                                                                   | 4,03                                       | 4,58                                       | 5,19                                       | 5,61                                       | 5,78                                       | Kapacitet sustava odvoza otpada postupno raste.                                                     |
| 7.5 Iritacija neprimjereno odloženim otpadom tijekom turističke sezone                                                                                  |                                            |                                            |                                            |                                            | 20,59%                                     | Otpad se prepoznaje kao umjeren izazov, ali ne kao dominantan problem.                              |
| 8.1 Prosječan promet na odabranim prometnicama tijekom vršne turističke sezone (iskorištenost kapaciteta)                                               | 25,00%                                     | 30,00%                                     | 35,00%                                     | 42,00%                                     | 45,00%                                     | Prometno opterećenje raste, ali prometnice i dalje imaju rezervu kapaciteta.                        |
| 8.2 Prosječna kapaciteta i iskorištenost parkirališta u razdoblju vršne turističke sezone                                                               | 61,22%                                     | 70,59%                                     | 76,78%                                     | 90,48%                                     | 96,95%                                     | Parkirališta su gotovo potpuno iskorištena u vršnoj sezoni.                                         |
| 8.3 Iritacija gužvom u prometu tijekom turističke sezone                                                                                                |                                            |                                            |                                            |                                            | 10,29%                                     | Prometne gužve nisu dominantan izvor nezadovoljstva stanovnika.                                     |
| 8.4 Zadovoljstvo prometom u mjestu                                                                                                                      |                                            |                                            |                                            |                                            | 44,00%                                     | Umjerena razina zadovoljstva prometnim sustavom.                                                    |
| 9.1 Kretanje broja stanovnika u posljednjem desetogodišnjem razdoblju                                                                                   | 2011: 2625                                 | 2021: 2371                                 |                                            |                                            |                                            | Bilježi se pad broja stanovnika u posljednjem desetljeću.                                           |
| 9.2 Iritacija gužvom i specifično gužvama na ulicama / javnim površinama                                                                                |                                            |                                            |                                            |                                            | 5,88%                                      | Gužve na javnim površinama ne predstavljaju veći problem.                                           |
| 9.3 Indeks priuštivosti stana (na razini destinacije)                                                                                                   | 7,70                                       | 7,70                                       | 7,90                                       | 8,10                                       | 8,20                                       | Priuštivost stanovanja se postupno smanjuje.                                                        |
| 10.1 Raspoloživost dodatne radne snage (stopa nezaposlenosti; broj izdanih radnih dozvola po mjesecima)                                                 | 60-80                                      | 55-75                                      | 46-65                                      | 40-60                                      | 35-55                                      | Smanjuje se raspoloživost lokalne dodatne radne snage.                                              |

## 5.1. Institucionalni i strateški okvir

### 5.1.1. Stav o turizmu kao faktoru povećanja blagostanja stanovnika

Pokazatelj procjenjuje percepciju lokalnog stanovništva o tome doprinosi li turizam kvaliteti života i općem blagostanju zajednice. Podaci se prikupljaju anketnim istraživanjem među stanovnicima destinacije te predstavljaju jedan od ključnih pokazatelja društvene održivosti turizma.

Ponudeni odgovori u anketi:

- 1 – Smanjuje kvalitetu života
- 2 – Pomaže u održanju kvalitete života
- 3 – Pomaže u unapređenju kvalitete života
- 4 – Nema nikakav učinak

Tablica 33. Stav o turizmu kao faktoru povećanja blagostanja stanovnika destinacije Sv. Marin na Muri

#### 1.1 Stav o turizmu kao faktoru povećanja blagostanja stanovnika

| Odgovor                                    | Udio (%)      |
|--------------------------------------------|---------------|
| 1) Smanjuje kvalitetu života               | 0,00          |
| 2) Pomaže u održanju kvalitete života      | 23,53         |
| 3) Pomaže u unaprijeđenju kvalitete života | 72,06         |
| 4) Nema nikakav učinak                     | 0,00          |
|                                            |               |
| <b>Konačan izračun (%)</b>                 | <b>95,59%</b> |

Rezultat pokazuje da čak 95,59 % ispitanika smatra da turizam doprinosi očuvanju ili poboljšanju kvalitete života u destinaciji.

Ovakav rezultat ukazuje na vrlo visoku razinu društvene prihvaćenosti turizma.

Pozitivan stav lokalnog stanovništva predstavlja važan preduvjet održivog razvoja turizma jer podrška zajednice smanjuje potencijalne konflikte između turističkih aktivnosti i svakodnevnog života stanovnika.

U kontekstu upravljanja destinacijom, ovakav rezultat potvrđuje da turizam trenutno generira pozitivne socio-ekonomske učinke te da se razvoj turizma doživljava kao doprinos lokalnom razvoju.

## 5.2. Smještajni kapaciteti

### 5.2.1. Omjer broja kreveta u komercijalnom smještaju te kućama i stanovima za odmor u odnosu na 100 stanovnika

Pokazatelj omjera broja kreveta u komercijalnom smještaju te kućama i stanovima za odmor u odnosu na 100 stanovnika koristi se za procjenu intenziteta turističkog smještajnog kapaciteta u odnosu na broj stalnih stanovnika destinacije. Ovim pokazateljem analizira se razina turističke razvijenosti destinacije te potencijalni pritisak turističkih kapaciteta na lokalnu zajednicu.

U izračun pokazatelja uključuju se komercijalni smještajni kapaciteti (hoteli, kampovi, apartmani i drugi registrirani turistički objekti), kao i kuće i stanovi za odmor koji se ne koriste za kratkoročni turistički najam, ali predstavljaju dio ukupnog turističkog smještajnog fonda destinacije.

Pokazatelj se izračunava prema sljedećoj formuli:

$$\text{Omjer turističkih kreveta na 100 stanovnika} = \frac{\text{broj kreveta u komercijalnom smještaju} + \text{broj kreveta u kućama i stanovima za odmor}}{\text{broj stalnih stanovnika}} \times 100$$

gdje je:

- broj kreveta u komercijalnom smještaju – ukupan broj turističkih kreveta u registriranim smještajnim objektima
- broj kreveta u kućama i stanovima za odmor – procijenjeni broj kreveta u objektima za odmor koji nisu u kratkoročnom najmu
- broj stalnih stanovnika – broj stanovnika destinacije
- Dobivena vrijednost pokazuje koliko turističkih kreveta dolazi na 100 stanovnika destinacije.

*Tablica 34. Omjer broja kreveta u komercijalnom smještaju te kućama i stanovima za odmor u odnosu na 100 stanovnika destinacije Sv. Marin na Muri*

#### 2.1. Omjer broja kreveta u komercijalnom smještaju te kućama i stanovima za odmor u odnosu na 100 stanovnika

| PODATAK                                                                                                                         | 2020         | 2021         | 2022         | 2023         | 2024         |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Broj turističkih kreveta u komercijalnim smještajnim kapacitetima u destinaciji u mjesecu s najvećim ostvarenim brojem noćenja, | 755          | 771          | 741          | 825          | 879          |
| Procijenjeni broj kreveta u kućama i stanovima za odmor koji se ne koriste za kratkoročni najam u destinaciji,                  | 350          | 370          | 400          | 430          | 460          |
| Broj stalnih stanovnika u destinaciji                                                                                           | 2250         | 2391         | 2398         | 2378         | 2371         |
| <b>REZULTAT</b>                                                                                                                 | <b>49,11</b> | <b>47,72</b> | <b>47,58</b> | <b>52,78</b> | <b>56,47</b> |

Rezultati pokazatelja ukazuju na postupan rast smještajnih kapaciteta u odnosu na broj stanovnika tijekom promatranog razdoblja. Vrijednost pokazatelja povećala se s 49,11 kreveta na 100 stanovnika u 2020. godini na 56,47 kreveta na 100 stanovnika u 2024. godini.

Trend povećanja prvenstveno je posljedica rasta broja turističkih kreveta u komercijalnom smještaju, koji se u promatranom razdoblju povećao s 755 na 879 kreveta, kao i postupnog povećanja procijenjenog broja kreveta u kućama i stanovima za odmor. Istodobno se broj stalnih stanovnika destinacije tijekom promatranog razdoblja zadržava na relativno stabilnoj razini.

Povećanje vrijednosti pokazatelja upućuje na zaključak da turistički smještajni kapaciteti rastu brže od broja stanovnika, što je čest trend u destinacijama koje postupno razvijaju turističku ponudu.

Unatoč vidljivom rastu, ukupna vrijednost pokazatelja i dalje ukazuje na umjerenu razinu turističke intenzivnosti. Vrijednost od približno 56 turističkih kreveta na 100 stanovnika znači da broj smještajnih kapaciteta još uvijek nije izrazito velik u odnosu na veličinu lokalne zajednice.

U mnogim izrazito turističkim destinacijama ovaj pokazatelj može doseći znatno više vrijednosti, što može dovesti do snažnijeg pritiska na infrastrukturu, prostor i svakodnevni život stanovnika. U promatranoj destinaciji takav pritisak trenutno nije izražen.

Sveukupno gledano, dobiveni rezultati ukazuju na zaključak da turistički smještajni kapaciteti u destinaciji postupno rastu, ali trenutačno ne prelaze razinu koja bi ukazivala na prekomjernu turističku izgrađenost ili neravnotežu između turističkih kapaciteta i lokalnog stanovništva. Sustavno praćenje ovog pokazatelja važno je kako bi se osigurao uravnotežen razvoj turizma i očuvala kvaliteta života lokalne zajednice.

### 5.2.2. Omjer broja kreveta u nekomercijalnom smještaju u odnosu na 100 stanovnika

Pokazatelj omjera broja kreveta u nekomercijalnom smještaju u odnosu na 100 stanovnika koristi se za procjenu intenziteta korištenja nekretnina za povremeni boravak u destinaciji. Nekomercijalni smještaj obuhvaća objekte u kojima se boravi povremeno (npr. kuće za odmor, vikendice ili stanovi koji se ne iznajmljuju na tržištu), ali mogu generirati određeni turistički promet ili dodatno opterećenje infrastrukture i javnih usluga.

Ovaj pokazatelj važan je jer pokazuje koliko sekundarno stanovanje i nekomercijalni boravci utječu na prostorne i infrastrukturne kapacitete destinacije, iako takav smještaj ne sudjeluje izravno u turističkom tržištu.

Pokazatelj se izračunava prema sljedećoj formuli:

Omjer kreveta u nekomercijalnom smještaju na 100 stanovnika =

$$\frac{\text{Broj kreveta u nekomercijalnom smještaju}}{\text{Broj stalnih stanovnika}} \times 100$$

gdje je:

- Broj kreveta u nekomercijalnom smještaju – ukupan broj kreveta u objektima koji se ne koriste za komercijalno iznajmljivanje
- Broj stalnih stanovnika – ukupan broj stanovnika destinacije prema službenim demografskim podacima
- Vrijednost pokazatelja omogućuje procjenu potencijalnog pritiska sekundarnog stanovanja na lokalne resurse i infrastrukturu.

Tablica 35. Omjer broja kreveta u nekomercijalnom smještaju u odnosu na 100 stanovnika destinacije Sv. Marin na Muri

#### 2.2. Omjer broja kreveta u nekomercijalnom smještaju u odnosu na 100 stanovnika

| PODATAK                                  | 2020        | 2021        | 2022        | 2023         | 2024         |
|------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|--------------|--------------|
| Broj kreveta u nekomercijalnom smještaju | 133         | 135         | 213         | 297          | 297          |
| Broj stalnih stanovnika u destinaciji    | 2250        | 2391        | 2398        | 2378         | 2371         |
| <b>REZULTAT</b>                          | <b>5,91</b> | <b>5,65</b> | <b>8,88</b> | <b>12,49</b> | <b>12,53</b> |

Rezultati pokazatelja ukazuju na postupan rast udjela nekomercijalnog smještaja u destinaciji tijekom promatranog razdoblja. Vrijednost pokazatelja povećala se s 5,91 kreveta na 100 stanovnika u 2020. godini na 12,53 kreveta na 100 stanovnika u 2024. godini.

Najveći porast zabilježen je između 2021. i 2023. godine, kada je broj kreveta u nekomercijalnom smještaju porastao s 135 na 297 kreveta, što se odrazilo i na značajan rast vrijednosti pokazatelja. U 2024. godini vrijednost pokazatelja ostaje stabilna na razini prethodne godine, što upućuje na stabilizaciju broja takvih kapaciteta.

Unatoč uočenom rastu, ukupna razina pokazatelja i dalje se može smatrati relativno umjerenom, osobito u usporedbi s turistički izrazito razvijenim destinacijama u kojima sekundarno stanovanje može značajno nadmašiti broj stalnih stanovnika. U ovom slučaju broj kreveta u nekomercijalnom smještaju i dalje predstavlja manji udio u odnosu na ukupni broj stanovnika destinacije.

Ovakav rezultat upućuje na zaključak da nekomercijalni smještaj trenutno ne predstavlja značajan pritisak na infrastrukturu i javne usluge destinacije, ali trend rasta sugerira potrebu za kontinuiranim praćenjem

ovog pokazatelja u budućnosti. Sustavno praćenje omogućuje pravovremeno reagiranje u slučaju da sekundarno stanovanje počne značajnije utjecati na korištenje prostora, komunalne sustave ili dostupnost stanovanja za lokalno stanovništvo.

### 5.2.3. Omjer broja smještajnih objekata u domaćinstvu te kućama i stanovima za odmor u odnosu na broj stanova za stalno stanovanje

Pokazatelj omjera broja smještajnih objekata u domaćinstvu te kuća i stanova za odmor u odnosu na broj stanova za stalno stanovanje koristi se za procjenu intenziteta turističke funkcije u stambenom fondu destinacije. Ovim pokazateljem analizira se odnos između objekata koji služe za turistički smještaj ili povremeni boravak i objekata koji se koriste za stalno stanovanje.

U turističke objekte u ovom pokazatelju uključuju se:

- komercijalni smještajni objekti u domaćinstvu (apartmani, sobe za iznajmljivanje, kuće za odmor, studio apartmani i sl.) registrirani u sustavu eVisitor
- kuće i stanovi za odmor koji se ne koriste za kratkoročni najam, ali predstavljaju oblik sekundarnog stanovanja

Pokazatelj omogućuje procjenu potencijalne turistifikacije stambenog prostora, odnosno stupnja u kojem turističke aktivnosti počinju zauzimati prostor koji je primarno namijenjen stanovanju.

Pokazatelj se izračunava prema sljedećoj formuli:

$$\text{Omjer turističkih objekata i stanova} = \frac{\text{broj komercijalnih smještajnih objekata} + \text{broj kuća i stanova za odmor}}{\text{broj kuća i stanova za stalno stanovanje}}$$

Dobivena vrijednost pokazuje koliki dio ukupnog stambenog fonda ima turističku ili sekundarnu funkciju.

Tablica 36. Omjer broja smještajnih objekata u domaćinstvu te kućama i stanovima za odmor u odnosu na broj stanova za stalno stanovanje destinacije Sv. Marin na Muri

| 2.3. Omjer broja smještajnih objekata u domaćinstvu te kućama i stanovima za odmor u odnosu na broj stanova za stalno stanovanje                                         |      |      |      |      |      |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|
| PODATAK                                                                                                                                                                  | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
| Broj komercijalnih smještajnih objekata registriranih u eVisitoru kao podvrste Objekti u domaćinstvu, Apartman, Kuća za odmor, Sobe za iznajmljivanje i Studio apartman. | 36   | 40   | 56   | 67   | 63   |
| Broj kuća i stanova za odmor koji se ne koriste za kratkoročni najam                                                                                                     | 150  | 145  | 140  | 130  | 135  |
| Broj kuća i stanova za stalno stanovanje                                                                                                                                 | 860  | 868  | 875  | 881  | 887  |
| REZULTAT                                                                                                                                                                 | 0,22 | 0,21 | 0,22 | 0,22 | 0,22 |

Takav rezultat upućuje na zaključak da turizam u promatranoj destinaciji još uvijek ne uzrokuje izražene procese turistifikacije stambenog prostora, niti stvara značajan pritisak na dostupnost stanovanja za lokalno stanovništvo. Istodobno, trend povećanja broja komercijalnih smještajnih objekata ukazuje na postupni razvoj turističke ponude, zbog čega je važno i dalje pratiti ovaj pokazatelj kako bi se pravodobno uočile eventualne promjene u strukturi stambenog fonda.

#### 5.2.4. Broj kreveta u komercijalnom smještaju te kućama i stanovima za odmor na 100 m<sup>2</sup> građevinskog područja naselja

Pokazatelj broja kreveta u komercijalnom smještaju te kućama i stanovima za odmor na 100 m<sup>2</sup> građevinskog područja naselja koristi se za procjenu prostorne gustoće turističkog smještaja unutar izgrađenog građevinskog područja. Ovim pokazateljem analizira se intenzitet korištenja prostora za turističke svrhe u odnosu na ukupnu površinu izgrađenog dijela naselja.

Za razliku od pokazatelja koji promatraju odnos turizma i broja stanovnika, ovaj pokazatelj daje uvid u prostorni pritisak turizma, odnosno u kojoj mjeri turistički smještaj zauzima izgrađeni prostor destinacije. Time se može procijeniti postoji li rizik od prekomjerne izgradnje ili prevelike koncentracije smještajnih kapaciteta u određenim dijelovima destinacije.

Pokazatelj se izračunava prema sljedećoj formuli:

$$\text{Broj kreveta na 100 m}^2 \text{ građevinskog područja} = \frac{\text{broj turističkih kreveta (komercijalni + kuće i stanovi za odmor)}}{\text{površina građevinskog područja naselja}} \times 100$$

gdje je:

- broj turističkih kreveta – zbroj kreveta u komercijalnom smještaju i procijenjenog broja kreveta u kućama i stanovima za odmor
- površina građevinskog područja naselja – ukupna površina izgrađenog građevinskog zemljišta u zonama stanovanja i mješovite namjene

Vrijednost pokazatelja omogućuje procjenu intenziteta turističkog korištenja prostora te je važan alat za praćenje ravnoteže između turističkog razvoja i prostornog planiranja.

Tablica 37. Omjer broja smještajnih objekata u domaćinstvu te kućama i stanovima za odmor u odnosu na broj stanova za stalno stanovanje destinacije Sv. Marin na Muri

| 2.4. Broj kreveta u komercijalnom smještaju te kućama i stanovima za odmor na 100 m <sup>2</sup> građevinskog područja naselja |             |             |             |             |             |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| PODATAK                                                                                                                        | 2020        | 2021        | 2022        | 2023        | 2024        |
| Površina izgrađenog građevinskog zemljišta u zonama stanovanja i mješovite namjene                                             | 3513000     | 3584000     | 3656000     | 3728000     | 3800000     |
| Broj turističkih kreveta u komercijalnim smještajnim kapacitetima (mjesec s najvećim brojem noćenja)                           | 755         | 771         | 741         | 825         | 879         |
| Procijenjeni broj kreveta u kućama i stanovima za odmor koji se ne koriste za kratkoročni najam                                | 350         | 370         | 400         | 430         | 460         |
| Broj kreveta u objektima (Kuća/Stan za odmor) registriranim u eVisitor                                                         | 0           | 0           | 0           | 0           | 0           |
| <b>REZULTAT</b>                                                                                                                | <b>0,03</b> | <b>0,03</b> | <b>0,03</b> | <b>0,03</b> | <b>0,04</b> |

Rezultati pokazatelja ukazuju na vrlo nisku prostornu gustoću turističkog smještaja unutar građevinskog područja naselja. Tijekom cijelog promatranog razdoblja vrijednost pokazatelja ostaje gotovo nepromijenjena i kreće se oko 0,03 kreveta na 100 m<sup>2</sup> građevinskog područja, dok se u 2024. godini povećava na 0,04 kreveta na 100 m<sup>2</sup>.

Unatoč postupnom povećanju broja turističkih kreveta – koji je porastao s 755 kreveta u 2020. godini na 879 kreveta u 2024. godini, uz dodatni procijenjeni broj kreveta u kućama i stanovima za odmor – ukupni utjecaj na prostornu strukturu naselja ostaje vrlo ograničen. Razlog tome je činjenica da se paralelno povećava i

površina izgrađenog građevinskog zemljišta, koja se u promatranom razdoblju povećala s 3.513.000 m<sup>2</sup> na 3.800.000 m<sup>2</sup>.

Takav odnos između rasta smještajnih kapaciteta i rasta građevinskog područja rezultira vrlo niskom prostornom koncentracijom turističkog smještaja, što upućuje na relativno disperziran raspored turističkih objekata unutar naselja. Drugim riječima, turistički smještaj nije koncentriran na malom prostoru niti stvara značajan pritisak na prostorne kapacitete destinacije.

Dobiveni rezultati sugeriraju da turistički razvoj u destinaciji trenutno ne uzrokuje prekomjernu izgradnju niti značajnu transformaciju prostora u turističku zonu. Prostorni kapaciteti i dalje omogućuju daljnji razvoj turističkih sadržaja bez ugrožavanja ravnoteže između stanovanja, turističkih aktivnosti i drugih funkcija prostora. Ipak, zbog kontinuiranog rasta turističkih kapaciteta preporučuje se redovito praćenje ovog pokazatelja kako bi se osigurala dugoročna održivost prostornog razvoja destinacije.

#### 5.2.5. Struktura smještajnih kapaciteta izražena u postotnim udjelima

Pokazatelj strukture smještajnih kapaciteta izražen u postotnim udjelima koristi se za analizu raspodjele smještajnih kapaciteta prema vrsti smještaja u destinaciji. Cilj pokazatelja je utvrditi kakva je struktura turističke ponude te u kojoj mjeri pojedine vrste smještaja sudjeluju u ukupnom broju raspoloživih kreveta.

U okviru ovog pokazatelja smještajni kapaciteti razvrstavaju se u nekoliko osnovnih kategorija:

- HOT – broj kreveta u hotelima
- KMP – broj kreveta u kampovima
- DOM – broj kreveta u objektima u domaćinstvu (apartmani, sobe, kuće za odmor i sl.)
- PKS – broj kreveta u preostalom komercijalnom smještaju (npr. hosteli, pansioni, prenoćišta i slični objekti)

Pokazatelj se izražava kao postotni udio pojedine vrste smještaja u ukupnom broju raspoloživih kreveta. Izračunava se prema sljedećoj formuli:

$$\text{Udio pojedine vrste smještaja} = \frac{\text{broj kreveta u određenoj vrsti smještaja}}{\text{ukupan broj turističkih kreveta}} \times 100$$

Analiza strukture smještajnih kapaciteta važna je za razumijevanje turističkog profila destinacije, jer različite vrste smještaja privlače različite segmente tržišta te imaju različit utjecaj na prostorno planiranje, zapošljavanje i gospodarske učinke turizma.

Tablica 38. Struktura smještajnih kapaciteta izražena u postotnim udjelima destinacije Sv. Marin na Muri

#### 2.5. Struktura smještajnih kapaciteta izražena u postotnim udjelima

| PODATAK                                                 | 2020        | 2021        | 2022        | 2023        | 2024        |
|---------------------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| HOT – broj kreveta u hotelima                           | 37%         | 37%         | 40%         | 36%         | 36%         |
| KMP – broj kreveta u kampovima                          | 9%          | 9%          | 5%          | 5%          | 5%          |
| DOM – broj kreveta u objektima u domaćinstvu            | 16%         | 16%         | 27%         | 34%         | 34%         |
| PKS – broj kreveta u preostalom komercijalnom smještaju | 39%         | 38%         | 27%         | 25%         | 25%         |
| <b>REZULTAT</b>                                         | <b>100%</b> | <b>100%</b> | <b>100%</b> | <b>100%</b> | <b>100%</b> |

Rezultati pokazuju relativno uravnoteženu strukturu smještajnih kapaciteta u destinaciji, uz određene promjene u raspodjeli pojedinih vrsta smještaja tijekom promatranog razdoblja.

U 2024. godini struktura smještajnih kapaciteta sastoji se od:

- 36 % hotelskog smještaja

- 5 % kampova
- 34 % objekata u domaćinstvu
- 25 % preostalog komercijalnog smještaja

U usporedbi s početkom promatranog razdoblja može se uočiti porast udjela smještaja u domaćinstvu, koji se povećao s 16 % u 2020. godini na 34 % u 2024. godini. Istodobno je zabilježen pad udjela preostalog komercijalnog smještaja, koji se smanjio s 39 % na 25 %, dok je udio hotelskog smještaja ostao relativno stabilan i kreće se između 36 % i 40 %.

Ovakva struktura upućuje na postupno jačanje privatnog smještaja, što je karakteristično za brojne kontinentalne destinacije u kojima se turistička ponuda razvija kroz manje smještajne objekte i obiteljsko poduzetništvo. Istodobno, relativno stabilan udio hotelskog smještaja ukazuje na postojanje važnog segmenta profesionalnog turističkog smještaja koji pridonosi stabilnosti turističke ponude.

Ukupna struktura smještajnih kapaciteta može se ocijeniti relativno raznolikom, što omogućuje prilagodbu različitim turističkim segmentima i tipovima potražnje. Raznolikost smještajne ponude pridonosi otpornosti turističkog sektora i omogućuje razvoj različitih oblika turizma, uključujući obiteljski, ruralni i aktivni turizam.

### 5.3. Turistička potražnja

#### 5.3.1. Intenzitet stacionarnog, komercijalnog i nekomercijalnog, turizma kao omjer prosječnog broja turista po stanovniku u vršnim danima turističke sezone

Pokazatelj intenziteta stacionarnog turizma mjeri odnos između prosječnog broja turista koji borave u destinaciji tijekom vršnih dana turističke sezone i ukupnog broja stalnih stanovnika. Ovaj pokazatelj koristi se za procjenu razine turističkog opterećenja destinacije, odnosno za utvrđivanje u kojoj mjeri turistički promet nadmašuje ili približava broj stanovnika.

U izračun pokazatelja uključuju se svi turisti koji borave u destinaciji, neovisno o tome borave li u komercijalnom ili nekomercijalnom smještaju. Time se dobiva realnija slika stvarnog broja osoba koje u određenom trenutku koriste infrastrukturu, javne prostore i usluge destinacije.

Pokazatelj se izračunava prema sljedećoj formuli:

$$\text{Intenzitet turizma} = \frac{\text{prosječan dnevni broj turista u vršnom razdoblju}}{\text{broj stalnih stanovnika}}$$

gdje je:

- prosječan dnevni broj turista – prosječan broj turista koji istodobno borave u destinaciji tijekom vršnih dana turističke sezone
- broj stalnih stanovnika – ukupan broj stanovnika destinacije

Vrijednost pokazatelja pokazuje koliki je odnos turista i stanovnika u vršnom razdoblju turističke aktivnosti. Vrijednosti veće od 1 ukazuju na situacije u kojima broj turista nadmašuje broj stanovnika, dok niže vrijednosti upućuju na relativno umjeren turistički intenzitet.

Tablica 39. Intenzitet stacionarnog, komercijalnog i nekomercijalnog, turizma kao omjer prosječnog broja turista po stanovniku u vršnim danima turističke sezone destinacije Sv. Marin na Muri

| 3.1. Intenzitet stacionarnog, komercijalnog i nekomercijalnog, turizma kao omjer prosječnog broja turista po stanovniku u vršnim danima turističke sezone |      |      |      |      |      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|
| PODATAK                                                                                                                                                   | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
| Prosječan dnevni broj turista                                                                                                                             | 250  | 300  | 360  | 430  | 500  |
| Broj stalnih stanovnika u destinaciji                                                                                                                     | 2250 | 2391 | 2398 | 2378 | 2371 |
| <b>REZULTAT</b>                                                                                                                                           | 0,11 | 0,13 | 0,15 | 0,18 | 0,21 |

Rezultati pokazatelja ukazuju na postupni rast intenziteta turističkog prometa u destinaciji tijekom promatranog razdoblja, ali i dalje na relativno nisku razinu turističkog opterećenja.

Vrijednost pokazatelja povećala se s 0,11 turista po stanovniku u 2020. godini na 0,21 turista po stanovniku u 2024. godini. Rast vrijednosti pokazatelja prvenstveno je posljedica povećanja prosječnog dnevnog broja turista, koji je u promatranom razdoblju porastao s 250 na 500 turista, dok se broj stanovnika zadržava na približno istoj razini.

Unatoč tom rastu, vrijednost pokazatelja i dalje je znatno manja od 1, što znači da broj turista tijekom vršnih dana turističke sezone ne prelazi broj stanovnika destinacije. Drugim riječima, turistički promet i dalje ostaje na razini koja ne uzrokuje prekomjerno opterećenje prostora, infrastrukture i javnih usluga.

Ovakav odnos između broja turista i stanovnika karakterističan je za kontinentalne destinacije s umjerenim turističkim prometom, u kojima turizam predstavlja važan gospodarski sektor, ali ne dominira u svakodnevnom životu lokalne zajednice.

Dobiveni rezultati upućuju na zaključak da destinacija trenutno raspolaže dovoljnim društvenim i infrastrukturnim kapacitetima za prihvrat postojećeg turističkog prometa, a istodobno postoji i određeni prostor za daljnji razvoj turizma bez značajnog narušavanja kvalitete života lokalnog stanovništva. Međutim, kontinuirani rast turističkog prometa sugerira potrebu za redovitim praćenjem ovog pokazatelja kako bi se pravodobno uočile eventualne promjene u razini turističkog opterećenja destinacije.

### 5.3.2. Nezadovoljstvo radi gužve na ulicama, trgovima, atrakcijama

Pokazatelj nezadovoljstva zbog gužve na ulicama, trgovima i turističkim atrakcijama mjeri percepciju lokalnog stanovništva o razini turističkog opterećenja javnih prostora u destinaciji. Riječ je o društvenom pokazatelju prihvatnog kapaciteta koji omogućuje procjenu utječe li turistički promet na svakodnevno korištenje javnih površina i kvalitetu života lokalne zajednice.

Podaci za ovaj pokazatelj prikupljaju se putem anketnog istraživanja među stanovnicima destinacije. Ispitanici procjenjuju razinu nezadovoljstva gužvama koristeći Likertovu ljestvicu od 1 do 7, gdje pojedine vrijednosti označavaju sljedeće:

- 1 – uopće ne predstavlja problem
- 2 – vrlo mali problem
- 3 – mali problem
- 4 – umjeren problem
- 5 – veći problem
- 6 – značajan problem

- 7 – vrlo velik problem

Konačni rezultat pokazatelja izračunava se kao udio ispitanika koji su gužve ocijenili kao značajan ili vrlo velik problem, odnosno kao postotak negativnih odgovora u ukupnom broju ispitanika.

Ovaj pokazatelj posebno je važan jer ukazuje na društvenu prihvatljivost turističkog prometa i može biti rani signal pojave problema prenapučenosti ili konflikata između turista i lokalnog stanovništva.

*Tablica 40 Nezadovoljstvo radi gužve na ulicama, trgovima, atrakcijama destinacije Sv. Marin na Muri*

### 3.2. PH1 Nezadovoljstvo zbog gužve na ulicama/trgovima/atrakcijama

| Odgovor | Udio (%) |
|---------|----------|
| 1       | 44       |
| 2       | 16       |
| 3       | 4        |
| 4       | 16       |
| 5       | 4        |
| 6       | 12       |
| 7       | 4        |

|                            |            |
|----------------------------|------------|
| <b>Konačan izračun (%)</b> | <b>16%</b> |
|----------------------------|------------|

Rezultati ankete pokazuju da 16 % ispitanika smatra gužve na ulicama, trgovima i turističkim atrakcijama značajnim problemom. To znači da većina stanovnika ne doživljava turistički promet kao ozbiljan izvor opterećenja javnih prostora.

Distribucija odgovora pokazuje da najveći dio ispitanika gužve percipira kao manji ili umjeren problem, dok samo manji dio stanovništva smatra da gužve značajno narušavaju kvalitetu svakodnevnog života. Takav rezultat ukazuje na relativno dobru ravnotežu između turističkih aktivnosti i korištenja javnog prostora od strane lokalne zajednice.

S obzirom na to da je udio negativnih percepcija relativno nizak, može se zaključiti da trenutna razina turističkog prometa ne uzrokuje značajnu prenapučenost javnih prostora. Turisti i lokalno stanovništvo očito uspijevaju dijeliti javne prostore bez izraženijih konflikata ili osjećaja preopterećenosti.

Istodobno, činjenica da dio stanovnika ipak prepoznaje gužve kao problem ukazuje na potrebu za kontinuiranim praćenjem ovog pokazatelja, osobito u razdobljima povećanog turističkog prometa ili tijekom većih događanja. Pravodobno praćenje percepcije stanovnika omogućuje upravljačima destinacije da poduzmu odgovarajuće mjere upravljanja posjetiteljima, poput boljeg prostornog rasporeda turističkih aktivnosti, unapređenja infrastrukture ili usmjeravanja posjetitelja prema manje opterećenim lokacijama.

Ukupno gledano, dobiveni rezultat upućuje na zaključak da destinacija trenutno ne pokazuje znakove prenapučenosti javnih prostora, a percepcija lokalnog stanovništva ostaje relativno pozitivna u odnosu na turistički promet.

#### 5.4. Resursno atrakcijska osnova

##### 5.4.1. Koncentracija materijalnih atrakcija na odabranim područjima destinacije/definiranim zonama

Pokazatelj koncentracije materijalnih atrakcija koristi se za procjenu prostorne raspodjele turističkih atrakcija unutar destinacije. Cilj ovog pokazatelja je utvrditi u kojoj mjeri su atrakcije koncentrirane na određenom području ili su prostorno ravnomjernije raspoređene.

Materijalne turističke atrakcije obuhvaćaju fizičke elemente turističke ponude kao što su kulturna baština, prirodne znamenitosti, muzeji, interpretacijski centri, povijesni lokaliteti, kulturne ustanove ili druge posjetiteljske točke koje predstavljaju motiv dolaska turista.

Pokazatelj se izračunava kao odnos broja turističkih atrakcija i površine promatranog područja destinacije, čime se dobiva uvid u gustoću atrakcija na određenom prostoru.

Formula izračuna pokazatelja:

$$\text{Koncentracija atrakcija} = \frac{\text{broj materijalnih atrakcija}}{\text{površina promatrane zone (ha)}}$$

gdje je:

- broj materijalnih atrakcija – ukupan broj identificiranih turističkih atrakcija u destinaciji
- površina zone – površina promatranog područja izražena u hektarima

Vrijednost pokazatelja omogućuje procjenu prostorne koncentracije turističkih sadržaja. Visoka koncentracija može ukazivati na snažnu turističku fokusiranost određenog područja, dok niže vrijednosti upućuju na disperzirani raspored atrakcija.

*Tablica 41 Koncentracija materijalnih atrakcija na odabranim područjima destinacije/definiranim zonama destinacije Sv. Marin na Muri*

#### 4.1. Koncentracija materijalnih atrakcija na odabranim područjima destinacije/definiranim zonama

| PODATAK                     | 2020        | 2021        | 2022        | 2023        | 2024        |
|-----------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Broj materijalnih atrakcija | 4           | 4           | 5           | 5           | 6           |
| Površina zone u hektarima   | 120         | 120         | 120         | 120         | 120         |
| <b>REZULTAT</b>             | <b>0,03</b> | <b>0,03</b> | <b>0,04</b> | <b>0,04</b> | <b>0,05</b> |

Rezultati pokazatelja pokazuju postupno povećanje broja materijalnih turističkih atrakcija u destinaciji tijekom promatranog razdoblja. Broj atrakcija povećao se s 4 atrakcije u 2020. godini na 6 atrakcija u 2024. godini, dok površina promatranog područja ostaje konstantna na 120 hektara.

Posljedično tome, vrijednost pokazatelja koncentracije atrakcija povećala se s 0,03 na 0,05 atrakcija po hektaru. Iako se radi o relativno malom povećanju, trend pokazuje postupno obogaćivanje turističke ponude i razvoj novih posjetiteljskih sadržaja.

Unatoč rastu broja atrakcija, ukupna vrijednost pokazatelja i dalje upućuje na relativno nisku prostornu koncentraciju turističkih atrakcija. To znači da turistički sadržaji nisu izrazito koncentrirani na malom području, već su raspoređeni na širem prostoru destinacije. Takva prostorna raspodjela može biti pozitivna jer smanjuje rizik od prekomjerne koncentracije posjetitelja na jednoj lokaciji i doprinosi ravnomjernijem korištenju prostora.

Istodobno, postupno povećanje broja atrakcija ukazuje na razvoj i diversifikaciju turističke ponude, što može pridonijeti produljenju boravka posjetitelja i povećanju atraktivnosti destinacije. Razvoj novih atrakcija također može doprinijeti boljoj prostornoj distribuciji turističkog prometa, čime se smanjuje pritisak na najposjećenije lokalitete.

Ukupno gledano, dobiveni rezultati upućuju na zaključak da turističke atrakcije u destinaciji nisu prostorno prekomjerno koncentrirane, što je u skladu s načelima održivog razvoja turizma i uravnoteženog korištenja prostora.

#### 5.4.2. Koncentracija ugostiteljskih sadržaja na odabranim područjima destinacije/definiranim zonama

Pokazatelj koncentracije ugostiteljskih sadržaja koristi se za procjenu odnosa između potražnje za ugostiteljskim uslugama i raspoloživih kapaciteta ugostiteljskih objekata na području destinacije. Ovim pokazateljem analizira se u kojoj mjeri postojeći kapaciteti restorana, barova i drugih ugostiteljskih objekata mogu zadovoljiti broj posjetitelja u promatranom području.

U analizi se uzimaju u obzir podaci o fiskaliziranim računima izdanim u ugostiteljskim objektima tijekom određenog razdoblja, kao i ukupni broj raspoloživih sjedećih mjesta u objektima za pripremu i usluživanje hrane te u objektima za usluživanje pića. U izračun se uključuje i prosječan broj osoba koje putuju zajedno, kako bi se procijenio stvarni broj korisnika ugostiteljskih usluga.

Pokazatelj se izračunava prema sljedećoj formuli:

$$\text{Koncentracija ugostiteljskih sadržaja} = \frac{\text{broj fiskaliziranih računa}}{(\text{broj sjedala u ugostiteljskim objektima} / \text{prosječan broj osoba u grupi})}$$

gdje je:

- broj fiskaliziranih računa – ukupan broj izdanih računa u promatranom razdoblju
- broj sjedala u objektima za hranu – broj sjedećih mjesta u restoranima i drugim objektima za pripremu hrane
- broj sjedala u objektima za piće – broj sjedećih mjesta u barovima i sličnim objektima
- prosječan broj osoba na putovanju – prosječan broj osoba koje koriste ugostiteljske usluge zajedno

Dobivena vrijednost pokazuje odnos između potražnje za ugostiteljskim uslugama i raspoloživog kapaciteta objekata. Veće vrijednosti mogu ukazivati na visoku iskorištenost kapaciteta, dok niže vrijednosti upućuju na veću dostupnost slobodnih kapaciteta.

Tablica 42 Koncentracija ugostiteljskih sadržaja na odabranim područjima destinacije/definiranim zonama destinacije Sv. Marin na Muri

| 4.2. Koncentracija ugostiteljskih sadržaja na odabranim područjima destinacije/definiranim zonama                                                                                                                                              |             |             |             |             |             |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| PODATAK                                                                                                                                                                                                                                        | 2020        | 2021        | 2022        | 2023        | 2024        |
| Broj fiskaliziranih računa izdanih tijekom petodnevnog razdoblja na otvorenom i zatvorenom prostoru u restoranima, ostalim objektima za pripremu i usluživanje hrane te objektima za pripremu i usluživanje pića na području zone/destinacije; | 6500        | 7500        | 8500        | 9500        | 10500       |
| Broj sjedala na otvorenom i zatvorenom prostoru u restoranima, ostalim objektima za pripremu i usluživanje hrane                                                                                                                               | 1330        | 1377        | 1424        | 1471        | 1518        |
| Broj sjedala na otvorenom i zatvorenom prostoru u objektima za pripremu i usluživanje pića                                                                                                                                                     | 790         | 819         | 848         | 877         | 906         |
| Prosječan broj osoba na putovanju iz podataka o pratnji na putovanju u županiji/regiji u kojoj se zona/destinacija nalazi iz posljednjeg raspoloživog istraživanja Tomas Hrvatska                                                              | 2           | 2           | 2           | 2           | 2           |
| <b>REZULTAT</b>                                                                                                                                                                                                                                | <b>1,23</b> | <b>1,37</b> | <b>1,50</b> | <b>1,62</b> | <b>1,73</b> |

Rezultati pokazatelja ukazuju na postupan rast koncentracije ugostiteljskih aktivnosti u destinaciji tijekom promatranog razdoblja. Vrijednost pokazatelja povećala se s 1,23 u 2020. godini na 1,73 u 2024. godini, što upućuje na povećanje potražnje za ugostiteljskim uslugama u odnosu na raspoložive kapacitete.

Rast vrijednosti pokazatelja povezan je s kontinuiranim povećanjem broja fiskaliziranih računa, koji se u promatranom razdoblju povećao s 6500 na 10500 računa, dok se broj raspoloživih sjedećih mjesta u ugostiteljskim objektima povećava postupno i znatno sporijim tempom. Takav trend upućuje na rast turističke i lokalne potražnje za ugostiteljskim uslugama.

Unatoč rastu potražnje, vrijednost pokazatelja ne upućuje na prekomjernu opterećenost ugostiteljskih kapaciteta. Naprotiv, rezultati sugeriraju relativno dobru iskorištenost postojećih kapaciteta, što je s ekonomskog aspekta pozitivan pokazatelj jer ukazuje na održivu razinu potražnje koja omogućuje učinkovito poslovanje ugostiteljskih objekata.

Istodobno, trend rasta pokazatelja može upućivati na potencijalni prostor za daljnji razvoj ugostiteljske ponude, osobito u razdobljima vršnog turističkog prometa. Razvoj dodatnih ugostiteljskih sadržaja mogao bi pridonijeti boljem rasporedu posjetitelja, smanjenju opterećenja pojedinih objekata te povećanju kvalitete turističkog doživljaja.

Ukupno gledano, dobiveni rezultati pokazuju da ugostiteljska infrastruktura trenutno uspijeva odgovoriti na rastuću potražnju, ali istodobno sugeriraju da bi daljnji razvoj turističkog prometa mogao zahtijevati postupno povećanje kapaciteta i diversifikaciju ugostiteljske ponude u destinaciji.

#### 5.4.3. Kakvoća voda za kupanje na mjernim stanicama na području destinacije tijekom razdoblja lipanj – rujn u odnosu na ostatak godine (za destinacije za koje je pokazatelj relevantan)

**Nije primjenjivo**

#### 5.4.4. Raspoloživa površina plaže po kupacu u danima vršne turističke sezone, (za destinacije za koje je pokazatelj relevantan)

**Nije primjenjivo**

#### 5.4.5. Kakvoća zraka na mjernim stanicama na području destinacije tijekom razdoblja lipanj – rujn u odnosu na ostatak godine

Pokazatelj kakvoće zraka na mjernim stanicama na području destinacije koristi se za procjenu utjecaja turističkih aktivnosti na stanje okoliša, odnosno na kvalitetu zraka u destinaciji. Ovim pokazateljem prati se postoji li razlika u kvaliteti zraka tijekom razdoblja povećanog turističkog prometa (lipanj – rujn) u odnosu na ostatak godine.

Podaci o kvaliteti zraka preuzimaju se iz službenih nacionalnih sustava praćenja kvalitete zraka, odnosno iz objedinjenih izvješća Ministarstva zaštite okoliša i zelene tranzicije te Državnog hidrometeorološkog zavoda (DHMZ). U procjeni kvalitete zraka uzimaju se u obzir koncentracije različitih onečišćujućih tvari, poput lebdećih čestica (PM10 i PM2.5), dušikovih oksida (NO<sub>2</sub>), sumpornog dioksida (SO<sub>2</sub>) i ozona (O<sub>3</sub>).

Kvaliteta zraka klasificira se prema kategorijama definiranim u nacionalnom zakonodavstvu:

- I. kategorija – zrak je čist ili neznatno onečišćen
- II. kategorija – zrak je umjereno onečišćen
- III. kategorija – zrak je prekomjerno onečišćen

U okviru ovog pokazatelja analizira se postoji li pogoršanje kvalitete zraka tijekom turističke sezone, što bi moglo upućivati na povećane emisije povezane s prometom, većom potrošnjom energije ili drugim turističkim aktivnostima.

*Tablica 43 Kakvoća zraka na mjernim stanicama na području destinacije tijekom razdoblja lipanj – rujan u odnosu na ostatak godine destinacije Sv. Marin na Muri*

| 4.5. Kakvoća zraka na mjernim stanicama na području destinacije tijekom razdoblja lipanj – rujan u odnosu na ostatak godine                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                              |                                              |                                              |                                              |                                              |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|----------------------------------------------|----------------------------------------------|----------------------------------------------|----------------------------------------------|
| PODATAK                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 2020                                         | 2021                                         | 2022                                         | 2023                                         | 2024                                         |
| Popis postaja i ocjena prema pojedinim onečišćujućim tvarima dostupan je na: <a href="https://iszz.azo.hr/iskzl/emeta.htm">https://iszz.azo.hr/iskzl/emeta.htm</a> ). Za određivanje kategorije kvalitete zraka uzimaju se u obzir koncentracije svih onečišćujućih tvari u zraku te se na razini zone/aglomeracije preuzima informacija o stupnju kvalitete zraka iz objedinjenih izvješća o kvaliteti zraka Ministarstva zaštite okoliša i zelene tranzicije i Državnog hidrometeorološkog zavoda (MZOZT/DHMZ). | I. kategorije<br>ZIMA lošije,<br>ljeti bolje | I. kategorije<br>ZIMA lošije,<br>ljeti bolje | I. kategorije<br>ZIMA lošije,<br>ljeti bolje | I. kategorije<br>ZIMA lošije,<br>ljeti bolje | I. kategorije<br>ZIMA lošije,<br>ljeti bolje |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                              |                                              |                                              |                                              |                                              |

Rezultati pokazuju da kvaliteta zraka na području destinacije tijekom promatranog razdoblja ostaje u I. kategoriji, što znači da je zrak čist ili tek neznatno onečišćen. Takav rezultat ukazuje na povoljno stanje okoliša i relativno nizak utjecaj turističkih aktivnosti na kvalitetu zraka.

Iz dostupnih podataka može se uočiti određena sezonska razlika u kvaliteti zraka, pri čemu su uvjeti tijekom zimskog razdoblja nešto nepovoljniji, dok je kvaliteta zraka tijekom ljetnih mjeseci – kada je turistički promet najizraženiji – uglavnom bolja. Ovakav obrazac upućuje na zaključak da povećani turistički promet tijekom ljetne sezone ne dovodi do značajnog pogoršanja kvalitete zraka u destinaciji.

Ovakav rezultat može se objasniti i činjenicom da se destinacija nalazi u području s relativno povoljnim prirodnim uvjetima za disperziju onečišćujućih tvari, kao i relativno nižom razinom industrijskih i prometnih emisija u usporedbi s većim urbanim sredinama.

S obzirom na to da kvaliteta zraka ostaje stabilna i unutar najviše kategorije kvalitete, može se zaključiti da trenutna razina turističkih aktivnosti ne predstavlja značajan pritisak na kvalitetu zraka u destinaciji. To je važan pokazatelj održivosti turističkog razvoja jer potvrđuje da turizam ne narušava ključne okolišne vrijednosti prostora.

Unatoč povoljnim rezultatima, kontinuirano praćenje ovog pokazatelja ostaje važno, osobito u kontekstu mogućeg rasta turističkog prometa i povećanja prometnih aktivnosti. Redovito praćenje omogućuje pravodobno uočavanje eventualnih promjena te planiranje mjera za očuvanje visoke kvalitete zraka kao jednog od važnih elemenata kvalitete života stanovnika i turističkog doživljaja destinacije.

#### 5.4.6. Utjecaj turizma na izgled destinacije

Pokazatelj utjecaja turizma na izgled destinacije procjenjuje percepciju lokalnog stanovništva o tome doprinosi li turistički razvoj uređenju prostora, očuvanju kulturne i prirodne baštine te općem estetskom dojmu destinacije. Riječ je o društvenom pokazatelju koji omogućuje uvid u to kako lokalna zajednica doživljava promjene u prostoru koje su povezane s razvojem turističkih aktivnosti.

Podaci za ovaj pokazatelj prikupljaju se putem anketnog istraživanja među stanovnicima destinacije, pri čemu ispitanici ocjenjuju utjecaj turizma na izgled mjesta koristeći ljestvicu odgovora.

Ponuđeni odgovori u anketi su:

- 1 – turizam značajno narušava izgled destinacije
- 2 – turizam djelomično narušava izgled destinacije
- 3 – turizam nema značajan utjecaj na izgled destinacije
- 4 – turizam djelomično poboljšava izgled destinacije

- 5 – turizam značajno poboljšava izgled destinacije

Konačni rezultat pokazatelja izražava se kao udio pozitivnih odgovora, odnosno udio ispitanika koji smatraju da turizam djelomično ili značajno poboljšava izgled destinacije.

Ovaj pokazatelj važan je jer pokazuje koliko turistički razvoj doprinosi uređenju prostora, obnovi objekata, održavanju javnih površina i općoj atraktivnosti destinacije.

*Tablica 44 Utjecaj turizma na izgled destinacije Sv. Marin na Muri*

#### **4.6 Utjecaj turizma na izgled destinacije (pozitivno 4–5)**

| Odgovor                    | Udio (%)      |
|----------------------------|---------------|
| 1                          | 0,00          |
| 2                          | 0,00          |
| 3                          | 11,76         |
| 4                          | 35,29         |
| 5                          | 52,94         |
| <b>Konačan izračun (%)</b> | <b>88,24%</b> |

Rezultati ankete pokazuju da 88,24 % ispitanika smatra da turizam pozitivno utječe na izgled destinacije, odnosno da doprinosi njezinu uređenju i vizualnoj privlačnosti. Ovakav rezultat ukazuje na izrazito pozitivan stav lokalnog stanovništva prema promjenama u prostoru koje su povezane s razvojem turističkih aktivnosti.

Pozitivna percepcija turizma u ovom kontekstu može se povezati s različitim aspektima turističkog razvoja, poput ulaganja u obnovu i održavanje objekata, uređenje javnih prostora, razvoj infrastrukture te očuvanje kulturne i prirodne baštine. Turizam često potiče upravo takve aktivnosti jer uređen i atraktivan prostor predstavlja važan element turističke ponude.

Relativno visok udio pozitivnih odgovora također ukazuje na to da lokalno stanovništvo turizam doživljava kao faktor koji pridonosi podizanju kvalitete prostora i ukupnog vizualnog identiteta destinacije. Takva percepcija važna je za dugoročnu održivost turističkog razvoja jer pozitivni učinci turizma na izgled mjesta mogu povećati zadovoljstvo stanovnika i njihovu podršku turističkim aktivnostima.

Istodobno, mali udio neutralnih ili negativnih odgovora sugerira da turistički razvoj zasad ne dovodi do značajnijih negativnih promjena u prostoru, poput prekomjerne izgradnje, narušavanja krajobraza ili degradacije javnih površina.

Na temelju dobivenih rezultata može se zaključiti da turizam u promatranoj destinaciji trenutno ima pozitivan utjecaj na izgled prostora, te da turističke aktivnosti doprinose unapređenju estetske i funkcionalne kvalitete destinacije. Ovakav rezultat predstavlja važan pokazatelj uspješnog upravljanja prostorom u kontekstu razvoja turizma.

#### **5.4.7. Utjecaj turizma na korištenje javnog prostora**

Pokazatelj utjecaja turizma na korištenje javnog prostora procjenjuje percepciju lokalnog stanovništva o tome utječe li turistički promet na dostupnost i način korištenja javnih površina u destinaciji. Javni prostori u ovom kontekstu uključuju ulice, trgove, parkove, šetnice, rekreacijske površine i druge prostore koji su namijenjeni svakodnevnom korištenju od strane stanovnika i posjetitelja.

Razvoj turizma može povećati intenzitet korištenja javnih prostora, osobito u razdobljima povećanog turističkog prometa. U takvim situacijama može doći do percepcije prenapučenosti ili konflikta u korištenju prostora između lokalnog stanovništva i turista. Upravo zato ovaj pokazatelj predstavlja važan element procjene društvenog prihvatnog kapaciteta destinacije.

Podaci za ovaj pokazatelj prikupljaju se putem anketnog istraživanja među stanovnicima destinacije, pri čemu ispitanici ocjenjuju utjecaj turizma na korištenje javnih prostora.

Ponudeni odgovori u anketi su:

- 1 – turizam značajno narušava mogućnost korištenja javnog prostora
- 2 – turizam djelomično narušava mogućnost korištenja javnog prostora
- 3 – turizam nema značajan utjecaj na korištenje javnog prostora
- 4 – turizam djelomično poboljšava korištenje javnog prostora
- 5 – turizam značajno poboljšava korištenje javnog prostora

Konačni rezultat pokazatelja izražava se kao udio pozitivnih ili neutralnih odgovora, odnosno udio ispitanika koji smatraju da turizam nema negativan utjecaj na korištenje javnih prostora.

*Tablica 45 Utjecaj turizma na korištenje javnog prostora destinacije Sv. Marin na Muri*

| <b>4.7 Utjecaj turizma na korištenje javnog prostora (pozitivno 4-</b> |                 |
|------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| <b>Odgovor</b>                                                         | <b>Udio (%)</b> |
| 1                                                                      | 2,94            |
| 2                                                                      | 2,94            |
| 3                                                                      | 27,94           |
| 4                                                                      | 38,24           |
| 5                                                                      | 27,94           |
| <b>Ukupno valjanih</b>                                                 |                 |
| <b>Konačan izračun (%)</b>                                             | <b>66,18%</b>   |

Rezultati ankete pokazuju da 66,18 % ispitanika smatra da turizam ima pozitivan ili neutralan utjecaj na korištenje javnog prostora u destinaciji. Ovakav rezultat ukazuje na relativno uravnotežen odnos između turističkih aktivnosti i svakodnevnog korištenja javnih površina od strane lokalnog stanovništva.

Većina stanovnika očito ne doživljava turistički promet kao faktor koji značajno ograničava dostupnost javnih prostora. Takva percepcija može biti rezultat relativno umjerenog turističkog prometa, ali i dobre prostorne raspodjele turističkih aktivnosti unutar destinacije.

Istodobno, određeni dio ispitanika ipak percipira turizam kao djelomično ograničenje u korištenju javnih prostora, što može biti povezano s povremenim povećanjem broja posjetitelja na pojedinim lokacijama ili tijekom određenih događanja. Takvi rezultati ukazuju na važnost kontinuiranog upravljanja posjetiteljskim tokovima i planiranja javnih prostora kako bi se osigurala ravnoteža između potreba stanovnika i turističkih aktivnosti.

Ukupno gledano, dobiveni rezultat upućuje na zaključak da turističke aktivnosti trenutno ne uzrokuju značajne konflikte u korištenju javnih prostora, te da destinacija uspijeva održati relativno skladan odnos između turističkog razvoja i kvalitete svakodnevnog života lokalne zajednice.

S obzirom na to da javni prostor predstavlja jedan od ključnih elemenata kvalitete života stanovnika, važno je i dalje pratiti ovaj pokazatelj kako bi se pravodobno uočile eventualne promjene u percepciji lokalne zajednice i osigurala dugoročna održivost turističkog razvoja.

#### 5.4.8. Zadovoljstvo ljepotom i uređenošću mjesta (kulturni i prirodni aspekti) kao i glavnih atrakcija

Pokazatelji zadovoljstva ljepotom mjesta, uređenosti mjesta i uređenosti glavnih atrakcija koriste se za procjenu percepcije lokalnog stanovništva o estetskoj kvaliteti i uređenosti prostora u destinaciji. Vizualna kvaliteta prostora, održavanje javnih površina te stanje turističkih atrakcija predstavljaju važne elemente ukupnog doživljaja destinacije, kako za posjetitelje tako i za lokalno stanovništvo.

U okviru ovog pokazatelja analiziraju se tri aspekta percepcije prostora:

- PH2 – zadovoljstvo ljepotom mjesta
- PH3 – zadovoljstvo uređenošću mjesta
- PH4 – zadovoljstvo uređenošću glavnih turističkih atrakcija

Podaci za ove pokazatelje prikupljaju se putem anketnog istraživanja među stanovnicima destinacije, pri čemu ispitanici ocjenjuju svoje zadovoljstvo koristeći Likertovu ljestvicu od 1 do 7, gdje vrijednosti označavaju:

- 1 – vrlo nezadovoljan
- 2 – nezadovoljan
- 3 – djelomično nezadovoljan
- 4 – neutralan stav
- 5 – djelomično zadovoljan
- 6 – zadovoljan
- 7 – vrlo zadovoljan

Konačni rezultat pokazatelja izražava se kao udio ispitanika koji su izrazili zadovoljstvo, odnosno udio odgovora u kategorijama 5, 6 i 7.

Ovi pokazatelji važni su jer pružaju uvid u percepciju kvalitete prostora u kojem se razvijaju turističke aktivnosti, što predstavlja važan element društvene održivosti turizma.

*Tablica 46 Utjecaj turizma na korištenje javnog prostora destinacije Sv. Marin na Muri*

| 4.8. PH2 Zadovoljstvo ljepotom mjesta |          |
|---------------------------------------|----------|
| Odgovor                               | Udio (%) |
| 1                                     | 4        |
| 2                                     | 0        |
| 3                                     | 4        |
| 4                                     | 4        |
| 5                                     | 12       |
| 6                                     | 24       |
| 7                                     | 52       |
| Konačan izračun (%)                   | 76%      |

#### 4.8. PH3 Zadovoljstvo uređenošću mjesta

| Odgovor | Udio (%) |
|---------|----------|
| 1       | 4        |
| 2       | 0        |
| 3       | 0        |
| 4       | 20       |
| 5       | 4        |
| 6       | 20       |
| 7       | 52       |

|                     |     |
|---------------------|-----|
| Konačan izračun (%) | 72% |
|---------------------|-----|

#### 4.8. PH4 Zadovoljstvo uređenošću glavnih atrakcija

| Odgovor | Udio (%) |
|---------|----------|
| 1       | 4        |
| 2       | 0        |
| 3       | 8        |
| 4       | 4        |
| 5       | 8        |
| 6       | 20       |
| 7       | 56       |

|                     |     |
|---------------------|-----|
| Konačan izračun (%) | 76% |
|---------------------|-----|

Rezultati ankete pokazuju visoku razinu zadovoljstva lokalnog stanovništva izgledom i uređenošću destinacije.

Pokazatelj zadovoljstva ljepotom mjesta (PH2) iznosi 76 %, što ukazuje na vrlo pozitivan stav stanovnika prema estetskoj vrijednosti prostora u kojem žive. Većina ispitanika ocijenila je ljepotu mjesta najvišim ocjenama na ljestvici zadovoljstva, što sugerira da stanovnici prepoznaju visoku kvalitetu krajobraza i vizualnog identiteta destinacije.

Pokazatelj zadovoljstva uređenošću mjesta (PH3) iznosi 72 %, što također ukazuje na relativno visoku razinu zadovoljstva održavanjem i uređenjem javnih prostora. Ovakav rezultat sugerira da komunalni sustav i upravljanje javnim prostorima osiguravaju zadovoljavajuću razinu urednosti naselja.

Pokazatelj zadovoljstva uređenošću glavnih turističkih atrakcija (PH4) iznosi 76 %, što ukazuje na vrlo pozitivan stav stanovnika prema stanju i održavanju ključnih turističkih lokaliteta u destinaciji.

Ukupno promatrano, rezultati sva tri pokazatelja ukazuju na zaključak da lokalno stanovništvo u velikoj mjeri pozitivno percipira izgled i uređenost destinacije. Takva percepcija važna je za dugoročnu održivost turističkog razvoja jer zadovoljstvo stanovnika prostorom u kojem žive često doprinosi i pozitivnom stavu prema turističkim aktivnostima.

Visoke vrijednosti pokazatelja sugeriraju da destinacija uspijeva održavati kvalitetu prostora i turističkih atrakcija na razini koja zadovoljava očekivanja lokalne zajednice. U kontekstu upravljanja turizmom, ovakav rezultat predstavlja važan pokazatelj uspješnog očuvanja vizualne i funkcionalne kvalitete prostora.

Sveukupno gledano, dobiveni rezultati ukazuju na zaključak da turistički razvoj nije narušio estetsku kvalitetu prostora, već stanovnici u velikoj mjeri prepoznaju pozitivne aspekte urednosti i atraktivnosti destinacije.

#### 5.4.9. Razina buke u danima vršne turističke sezone u odnosu na ostatak godine u zonama mješovite namjene po danu i noći

Pokazatelj razine buke u danima vršne turističke sezone u odnosu na ostatak godine koristi se za procjenu utjecaja turističkog prometa na akustično opterećenje prostora u destinaciji. Povećanje broja posjetitelja, intenzivnije korištenje prometne infrastrukture, rad ugostiteljskih objekata te održavanje javnih događanja mogu dovesti do povećanja razine buke, osobito tijekom razdoblja najveće turističke aktivnosti.

U analizi se promatraju dvije osnovne mjere buke:

- Lday – prosječna razina buke tijekom dnevnog razdoblja
- Lnight – prosječna razina buke tijekom noćnog razdoblja

Dobivene vrijednosti uspoređuju se s referentnim odnosno dopuštenim razinama buke propisanim nacionalnim zakonodavstvom. Referentne vrijednosti u ovom slučaju iznose:

- 55 dB za dnevno razdoblje (Lday)
- 45 dB za noćno razdoblje (Lnight)

Pokazatelj se izračunava kao razlika između izmjerene prosječne razine buke u promatranom razdoblju i referentne vrijednosti, čime se utvrđuje odstupanje od dopuštenih razina buke.

*Tablica 47 Razina buke u danima vršne turističke sezone u odnosu na ostatak godine u zonama mješovite namjene po danu i noći destinacije Sv. Marin na Muri*

##### 5.1. Razina buke u danima vršne turističke sezone u odnosu na ostatak godine

| PODATAK                                                            | 2020         | 2021         | 2022         | 2023         | 2024         |
|--------------------------------------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Prosječna izmjerena Lday u 7 uzastopnih dana vršnog mjeseca (dB)   | 58,00        | 59,00        | 60,00        | 61,00        | 62,00        |
| Prosječna izmjerena Lnight u 7 uzastopnih dana vršnog mjeseca (dB) | 43,00        | 43,00        | 44,00        | 44,00        | 45,00        |
| Referentna / dopuštena vrijednost Lday (dB)                        | 55,00        | 55,00        | 55,00        | 55,00        | 55,00        |
| Referentna / dopuštena vrijednost Lnight (dB)                      | 45,00        | 45,00        | 45,00        | 45,00        | 45,00        |
| REZULTAT – odstupanje Lday (prosjeak - referentna vrijednost)      | 3,00         | 4,00         | 5,00         | 6,00         | 7,00         |
| REZULTAT – odstupanje Lnight (prosjeak - referentna vrijednost)    | -2,00        | -2,00        | -1,00        | -1,00        | 0,00         |
| REZULTAT – status Lday                                             | Prekoračenje | Prekoračenje | Prekoračenje | Prekoračenje | Prekoračenje |
| REZULTAT – status Lnight                                           | U granici    | U granici    | U granici    | U granici    | U granici    |

Takav rezultat ukazuje na to da dnevne aktivnosti u destinaciji, uključujući promet i turističke aktivnosti, doprinose povećanom akustičnom opterećenju prostora tijekom vršnog razdoblja turističke sezone. Međutim, povećanje razine buke relativno je postupno i ne pokazuje nagle promjene tijekom promatranih godina.

S druge strane, rezultati mjerenja noćne razine buke (Lnight) pokazuju povoljniju situaciju. Prosječna razina noćne buke kreće se između 43 dB i 45 dB, što znači da se tijekom većine promatranog razdoblja razina buke nalazi unutar dopuštenih granica. U 2024. godini vrijednost Lnight doseže referentnu vrijednost, ali je i dalje u okviru dopuštenih granica.

Dobiveni rezultati upućuju na zaključak da noćna buka u destinaciji ne predstavlja značajan problem, dok se određeno povećanje razine buke bilježi tijekom dnevnog razdoblja, što je u velikoj mjeri povezano s povećanim prometom i aktivnostima tijekom turističke sezone.

U kontekstu upravljanja destinacijom, rezultati ovog pokazatelja ukazuju na potrebu za kontinuiranim praćenjem razine buke, osobito u zonama s većom koncentracijom turističkih aktivnosti. Istodobno,

činjenica da se noćna buka zadržava unutar dopuštenih granica predstavlja pozitivan pokazatelj očuvanja kvalitete životnog prostora lokalne zajednice.

Sveukupno gledano, rezultati pokazuju da povećanje turističkog prometa ima određeni utjecaj na razinu dnevne buke, ali trenutačno ne dovodi do kritičnih odstupanja koja bi značajno narušavala kvalitetu života stanovnika.

#### 5.4.10. Iritacija razinom buke u vrijeme turističke sezone

Pokazatelj iritacije razinom buke koristi se za procjenu percepcije lokalnog stanovništva o utjecaju buke povezane s turističkim aktivnostima na kvalitetu života u destinaciji. Povećana razina buke često je povezana s intenzivnijim prometom, radom ugostiteljskih objekata, održavanjem javnih događanja i drugim aktivnostima koje se javljaju u razdobljima povećanog turističkog prometa.

Ovaj pokazatelj važan je za procjenu društvenog prihvatnog kapaciteta destinacije, jer dugotrajna ili intenzivna izloženost buci može negativno utjecati na zadovoljstvo stanovnika, kvalitetu stanovanja i opću percepciju turističkog razvoja.

Podaci za ovaj pokazatelj prikupljaju se putem anketnog istraživanja među stanovnicima destinacije, pri čemu ispitanici procjenjuju u kojoj mjeri buka predstavlja problem u njihovom svakodnevnom životu. Procjena se vrši pomoću Likertove ljestvice od 1 do 7, gdje pojedine vrijednosti označavaju:

- 1 – uopće ne predstavlja problem
- 2 – vrlo mali problem
- 3 – mali problem
- 4 – umjeren problem
- 5 – veći problem
- 6 – značajan problem
- 7 – vrlo velik problem

Konačni rezultat pokazatelja izražava se kao udio ispitanika koji buku ocjenjuju kao značajan ili vrlo velik problem, odnosno postotak odgovora u najvišim kategorijama ljestvice.

*Tablica 48 Iritacija razinom buke u vrijeme turističke sezone destinacije Sv. Marin na Muri*

| 5.2 Udio lokalnog stanovništva uznemirenog bukom (1 = veliki problem) |              |
|-----------------------------------------------------------------------|--------------|
| Odgovor                                                               | Udio (%)     |
| 1*                                                                    | 2,94         |
| 2*                                                                    | 25,00        |
| 3*                                                                    | 67,65        |
| 4*                                                                    | 4,41         |
| <b>Konačan izračun (%)</b>                                            | <b>2,94%</b> |

Rezultati ankete pokazuju da samo 2,94 % ispitanika smatra da razina buke predstavlja značajan problem u destinaciji. Ovakav rezultat ukazuje na vrlo nizak stupanj nezadovoljstva lokalnog stanovništva povezanim s bukom.

Velika većina ispitanika očito percipira razinu buke kao neznatan ili tek manji problem, što upućuje na zaključak da turističke aktivnosti u destinaciji trenutno ne uzrokuju značajno povećanje razine buke niti negativno utječu na svakodnevni život stanovnika.

Ovakav rezultat može biti posljedica nekoliko čimbenika. Prije svega, turistički promet u destinaciji relativno je umjeren, što smanjuje mogućnost pojave intenzivne buke povezane s prometom ili velikim brojem posjetitelja. Također je moguće da su turističke aktivnosti prostorno raspoređene na način koji ne uzrokuje veće opterećenje stambenih zona.

Relativno nizak stupanj percepcije buke kao problema ukazuje na to da turistički razvoj trenutno nije povezan s negativnim akustičnim utjecajima na životni prostor lokalne zajednice. Takav rezultat predstavlja pozitivan pokazatelj održivosti turizma jer potvrđuje da turističke aktivnosti ne narušavaju značajno kvalitetu života stanovnika.

Unatoč povoljnom rezultatu, važno je i dalje pratiti ovaj pokazatelj, osobito u kontekstu mogućeg rasta turističkog prometa ili razvoja novih turističkih sadržaja. Pravodobno praćenje razine buke i percepcije stanovnika omogućuje donošenje odgovarajućih mjera upravljanja, poput regulacije radnog vremena ugostiteljskih objekata ili planiranja turističkih događanja na način koji minimizira negativne utjecaje na lokalnu zajednicu.

#### 5.4.11. Utjecaj buke na kvalitetu boravka

Pokazatelj utjecaja buke na kvalitetu boravka procjenjuje u kojoj mjeri buka povezana s turističkim aktivnostima utječe na subjektivni doživljaj kvalitete života lokalnog stanovništva. Dok prethodni pokazatelj (5.2) mjeri razinu iritacije bukom, ovaj pokazatelj usmjeren je na procjenu toga narušava li buka osjećaj ugođe i svakodnevni boravak stanovnika u destinaciji.

Povećana razina buke može biti povezana s različitim turističkim aktivnostima, uključujući promet, rad ugostiteljskih objekata, organizaciju manifestacija i povećanu koncentraciju posjetitelja na pojedinim lokacijama. Takvi utjecaji mogu u određenim situacijama dovesti do smanjenja kvalitete boravka stanovnika, osobito u blizini turistički intenzivnih područja.

Podaci za ovaj pokazatelj prikupljaju se putem anketnog istraživanja među stanovnicima destinacije, pri čemu ispitanici ocjenjuju u kojoj mjeri buka utječe na njihovu kvalitetu boravka. Procjena se provodi pomoću Likertove ljestvice od 1 do 7, gdje pojedine vrijednosti označavaju sljedeće:

- 1 – uopće ne utječe
- 2 – utječe u vrlo maloj mjeri
- 3 – utječe u manjoj mjeri
- 4 – utječe umjereno
- 5 – utječe u većoj mjeri
- 6 – značajno utječe
- 7 – izrazito negativno utječe

Konačni rezultat pokazatelja izražava se kao udio ispitanika koji smatraju da buka značajno ili izrazito negativno utječe na kvalitetu boravka, odnosno postotak odgovora u najvišim kategorijama ljestvice.

Ovaj pokazatelj važan je za procjenu društvene održivosti turizma, jer kvaliteta svakodnevnog života lokalnog stanovništva predstavlja jedan od ključnih elemenata dugoročno održivog turističkog razvoja.

Tablica 49. Utjecaj buke na kvalitetu boravka destinacije Sv. Marin na Muri

### 5.3. PH5 Utjecaj buke na kvalitetu boravka

| Odgovor             | Udio (%) |
|---------------------|----------|
| 1                   | 40       |
| 2                   | 16       |
| 3                   | 8        |
| 4                   | 12       |
| 5                   | 12       |
| 6                   | 0        |
| 7                   | 12       |
| Konačan izračun (%) |          |
|                     | 12%      |

Rezultati ankete pokazuju da 12 % ispitanika smatra da buka značajno utječe na kvalitetu boravka u destinaciji. Ovakav rezultat ukazuje na postojanje određenog stupnja percepcije negativnog utjecaja buke, ali i dalje na relativno umjerenu razinu problema.

U usporedbi s pokazateljem iritacije bukom (5.2), gdje je samo 2,94 % ispitanika buku ocijenilo kao ozbiljan problem, može se zaključiti da dio stanovnika percepciju buke više povezuje s općim osjećajem ugone u prostoru nego s izravnom izvorom iritacije. Drugim riječima, buka u određenim situacijama može utjecati na subjektivni doživljaj kvalitete boravka, iako se ne percipira kao dominantan ili izrazito ozbiljan problem.

Relativno nizak udio negativnih odgovora upućuje na zaključak da turističke aktivnosti u destinaciji trenutno ne uzrokuju značajno narušavanje kvalitete života stanovnika u pogledu buke. Turistički promet i prateće aktivnosti očito su na razini koja ne stvara snažan akustički pritisak na životni prostor lokalne zajednice.

Istodobno, činjenica da dio ispitanika ipak prepoznaje određeni utjecaj buke na kvalitetu boravka ukazuje na potrebu za kontinuiranim praćenjem ovog pokazatelja. U slučaju daljnjeg rasta turističkog prometa ili povećanja broja događanja i ugostiteljskih sadržaja, razina buke mogla bi postati izraženiji čimbenik koji utječe na percepciju kvalitete života.

Sveukupno gledano, dobiveni rezultati upućuju na zaključak da buka trenutno ne predstavlja značajan ograničavajući faktor u društvenom prihvatnom kapacitetu destinacije, ali njezin utjecaj treba i dalje pratiti u okviru sustava upravljanja turizmom kako bi se osigurala dugoročna ravnoteža između turističkih aktivnosti i kvalitete života lokalnog stanovništva.

## 5.5. Prostor

### 5.5.1. Udio stambenih jedinica turističke namjene (komercijalni i nekomercijalni kapaciteti) u ukupnom broju stambenih jedinica

Pokazatelj udjela stambenih jedinica turističke namjene u ukupnom broju stambenih jedinica koristi se za procjenu razine turistifikacije stambenog fonda u destinaciji. Ovim pokazateljem analizira se u kojoj mjeri se stambeni prostor koristi za turističke svrhe, odnosno koliki dio ukupnog broja stanova i kuća služi za kratkoročni turistički najam ili druge oblike turističkog smještaja.

U stambene jedinice turističke namjene ubrajaju se objekti koji se koriste za pružanje usluga smještaja turistima, poput apartmana, soba za iznajmljivanje, kuća za odmor i sličnih oblika privatnog smještaja. Takvi objekti najčešće su registrirani u sustavu eVisitor i predstavljaju značajan dio turističke ponude u mnogim destinacijama.

Ovaj pokazatelj posebno je važan jer omogućuje procjenu potencijalnog utjecaja turizma na dostupnost stanovanja za lokalno stanovništvo. U destinacijama s izrazito razvijenim turizmom velik udio turističkih stambenih jedinica može dovesti do smanjenja dostupnosti stanova za stalno stanovanje, povećanja cijena nekretnina te promjena u društvenoj strukturi naselja.

Pokazatelj se izračunava prema sljedećoj formuli:

$$\text{Udio turističkih stambenih jedinica} = \frac{\text{broj stambenih jedinica turističke namjene}}{\text{ukupan broj stambenih jedinica}} \times 100$$

gdje je:

- broj stambenih jedinica turističke namjene – broj apartmana, soba i kuća za odmor koje se koriste za turistički smještaj
- ukupan broj stambenih jedinica – ukupan broj stanova i kuća na području destinacije

Dobivena vrijednost pokazuje koliki udio stambenog fonda ima turističku funkciju.

*Tablica 50. Udio stambenih jedinica turističke namjene (komercijalni i nekomercijalni kapaciteti) u ukupnom broju stambenih jedinica destinacije Sv. Marin na Muri*

#### 6.1. Udio stambenih jedinica turističke namjene (komercijalni i nekomercijalni kapaciteti) u ukupnom broju stambenih jedinica

| PODATAK                                                                                                                                                                      | 2020        | 2021        | 2022        | 2023        | 2024        |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Broj objekata koji su u sustavu eVisitor registrirani unutar podvrste Objekti u domaćinstvu                                                                                  | 31          | 45          | 50          | 52          | 54          |
| Broj objekata koji su u sustavu eVisitor registrirani unutar podvrsta Izvorna stara obiteljska kuća (vikendica), Kuća za odmor (vikendica) te Stan za odmor (vikendica) kuća | 0           | 0           | 0           | 0           | 0           |
| Broj objekata u kojima se stalno živi                                                                                                                                        | 1175        | 1189        | 1198        | 1201        | 1235        |
| <b>REZULTAT</b>                                                                                                                                                              | <b>2,64</b> | <b>3,78</b> | <b>4,17</b> | <b>4,33</b> | <b>4,37</b> |

Rezultati pokazatelja ukazuju na postupan rast udjela stambenih jedinica turističke namjene tijekom promatranog razdoblja, ali i dalje na relativno umjerenu razinu turistifikacije stambenog fonda u destinaciji.

Vrijednost pokazatelja povećala se s 2,64 % u 2020. godini na 4,37 % u 2024. godini. Ovaj rast prvenstveno je posljedica povećanja broja objekata koji se koriste za turistički smještaj, što je povezano s razvojem privatnog smještaja i povećanjem turističke potražnje.

Unatoč vidljivom rastu, ukupni udio turističkih stambenih jedinica i dalje je relativno nizak u odnosu na ukupni stambeni fond destinacije. To znači da velika većina stambenih objekata i dalje služi za stalno stanovanje lokalnog stanovništva, dok turistički smještaj čini manji dio ukupnog broja stambenih jedinica.

Takav odnos ukazuje na zaključak da turistički razvoj zasad ne uzrokuje značajne promjene u strukturi stanovanja, niti dovodi do izraženih procesa turistifikacije koji bi mogli negativno utjecati na dostupnost stanovanja za lokalnu zajednicu. U mnogim izrazito turističkim destinacijama ovaj pokazatelj doseže znatno veće vrijednosti, što može dovesti do značajnih društvenih i prostorno-planerskih izazova.

U promatranj destinaciji rast ovog pokazatelja može se promatrati kao prirodan rezultat postupnog razvoja turističke ponude, osobito u segmentu privatnog smještaja. Istodobno, relativno niska ukupna vrijednost pokazatelja sugerira da turistički razvoj i dalje ostaje u ravnoteži s osnovnom funkcijom prostora kao mjesta stanovanja.

Ipak, s obzirom na kontinuirani rast turističkog prometa i smještajnih kapaciteta, preporučuje se redovito praćenje ovog pokazatelja kako bi se pravodobno uočile eventualne promjene u strukturi stambenog fonda. Sustavno praćenje omogućuje donošenje odgovarajućih mjera upravljanja u slučaju da turistički smještaj počne značajnije utjecati na dostupnost stanovanja ili na društvenu strukturu naselja.

Ukupno gledano, dobiveni rezultati upućuju na zaključak da destinacija trenutno ne pokazuje znakove izražene turistifikacije stambenog prostora, te da turistički razvoj zasad ne predstavlja značajan pritisak na stambeni fond i kvalitetu života lokalnog stanovništva.

#### 5.5.2. Maksimalni potencijal izgradnje na neizgrađenim i izgrađenim dijelovima građevinskog područja naselja mješovite namjene

Pokazatelj maksimalnog potencijala izgradnje na neizgrađenim i izgrađenim dijelovima građevinskog područja naselja mješovite namjene koristi se za procjenu ukupnog kapaciteta prostornog razvoja unutar postojećih građevinskih zona naselja. Analizom ovog pokazatelja moguće je utvrditi koliki je potencijal dodatne izgradnje unutar već planiranih građevinskih područja, uzimajući u obzir i neizgrađene površine te mogućnosti dogradnje ili rekonstrukcije unutar već izgrađenih dijelova naselja.

Mješovita namjena građevinskog područja naselja podrazumijeva zone u kojima je dopuštena kombinacija različitih funkcija, uključujući stanovanje, poslovne djelatnosti, javne sadržaje i druge kompatibilne namjene. U takvim zonama potencijal izgradnje ne odnosi se samo na potpuno neizgrađene površine, nego i na mogućnost dodatnog iskorištavanja već izgrađenih parcela kroz rekonstrukciju, nadogradnju ili zamjensku gradnju u skladu s prostorno-planskim uvjetima.

Procjena maksimalnog potencijala izgradnje temelji se na urbanističkim parametrima propisanim prostornim planovima, poput koeficijenta izgrađenosti (kig) i koeficijenta iskoristivosti (kis), koji definiraju dopušteni intenzitet gradnje na određenom zemljištu.

Pokazatelj se može izraziti kao odnos maksimalno dopuštene izgrađene površine i postojeće izgrađene površine, prema sljedećoj formuli:

$$\begin{aligned} \text{Potencijal dodatne izgradnje} \\ = \text{maksimalno dopuštena izgrađena površina} - \text{postojeća izgrađena površina} \end{aligned}$$

gdje je:

- maksimalno dopuštena izgrađena površina – površina koja se može izgraditi prema uvjetima prostornog plana (na temelju koeficijenata izgrađenosti i iskoristivosti)
- postojeća izgrađena površina – trenutno izgrađena površina unutar građevinskog područja

Ukupni potencijal izgradnje može se dodatno izraziti i kao udio raspoloživog prostora za gradnju u odnosu na ukupnu površinu građevinskog područja:

$$\begin{aligned} \text{Udio potencijala izgradnje} \\ = \frac{\text{maksimalno dopuštena izgrađena površina} - \text{postojeća izgrađena površina}}{\text{maksimalno dopuštena izgrađena površina}} \times 100 \end{aligned}$$

Ova analiza omogućuje procjenu koliko prostora za daljnji razvoj naselja postoji unutar već definiranih građevinskih zona, što je važno za planiranje buduće stambene i gospodarske izgradnje. Istodobno, pokazatelj omogućuje procjenu može li se daljnji razvoj destinacije ostvariti unutar postojećih građevinskih područja, čime se smanjuje potreba za širenjem naselja na nove, do sada neizgrađene površine izvan planiranih urbanih zona.

Tablica 51. Maksimalni potencijal izgradnje na neizgrađenim i izgrađenim dijelovima građevinskog područja naselja mješovite namjene destinacije Sv. Marin na Muri

| 6.2. Maksimalni potencijal izgradnje na neizgrađenim i izgrađenim dijelovima građevinskog područja naselja mješovite namjene         |                |                |                |                |                |                                |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|--------------------------------|
| PODATAK                                                                                                                              | 2020           | 2021           | 2022           | 2023           | 2024           | MJERNA JEDINICA                |
| Ukupna površina izgrađenog dijela građevinskog područja naselja                                                                      | 3513000        | 3584000        | 3656000        | 3728000        | 3800000        | m2                             |
| Ukupna površina izgrađenog dijela građevinskih područja naselja stambene i mješovite namjene (stambeno-poslovne i poslovno-stambene) | 302100         | 304150         | 305050         | 305300         | 306800         | m2                             |
| Prosječna površina građevne čestice u izgrađenom dijelu građevinskog područja naselja stambene i mješovite namjene                   | 1320           | 1480           | 1530           | 1490           | 1540           | m2                             |
| Najveći broj dozvoljenih stambenih jedinica u odnosu na površinu prosječne građevne čestice                                          | 6              | 6              | 6              | 6              | 6              | broj stambenih jedinica        |
| Mogućnosti nove stambene izgradnje na neizgrađenim površinama mješovite namjene građevinskog područja naselja                        | 80-150         | 80-150         | 80-150         | 80-150         | 80-150         | broj stambenih jedinica        |
| POMOĆNI IZRAČUN 1: Ukupni broj prosječnih građevnih čestica u izgrađenom dijelu GP naselja                                           | 228,86         | 205,51         | 199,38         | 204,90         | 199,22         | broj čestica                   |
| POMOĆNI IZRAČUN 2: Najveći mogući broj stambenih jedinica na području izgrađenih dijelova GP naselja                                 | 1373,18        | 1233,04        | 1196,27        | 1229,40        | 1195,32        | broj stambenih jedinica        |
| POMOĆNI IZRAČUN 3: Donja granica mogućnosti nove stambene izgradnje (iz raspona)                                                     | 80,00          | 80,00          | 80,00          | 80,00          | 80,00          | broj stambenih jedinica        |
| POMOĆNI IZRAČUN 4: Gornja granica mogućnosti nove stambene izgradnje (iz raspona)                                                    | 150,00         | 150,00         | 150,00         | 150,00         | 150,00         | broj stambenih jedinica        |
| <b>REZULTAT MIN prema Smjernicama</b>                                                                                                | <b>1453,18</b> | <b>1313,04</b> | <b>1276,27</b> | <b>1309,40</b> | <b>1275,32</b> | <b>broj stambenih jedinica</b> |
| <b>REZULTAT MAX prema Smjernicama</b>                                                                                                | <b>1523,18</b> | <b>1383,04</b> | <b>1346,27</b> | <b>1379,40</b> | <b>1345,32</b> | <b>broj stambenih jedinica</b> |
| <b>REZULTAT SREDIŠNJA PROCJENA prema Smjernicama</b>                                                                                 | <b>1488,18</b> | <b>1348,04</b> | <b>1311,27</b> | <b>1344,40</b> | <b>1310,32</b> | <b>broj stambenih jedinica</b> |

Rezultati analize pokazuju da građevinsko područje naselja mješovite namjene raspolaže značajnim potencijalom za daljnju stambenu izgradnju. Procijenjeni maksimalni potencijal izgradnje, prema metodologiji Smjernica, kreće se u rasponu od približno 1.275 do 1.523 stambene jedinice tijekom promatranog razdoblja.

Srednja procjena potencijala izgradnje pokazuje postupno smanjenje vrijednosti s 1488,18 stambenih jedinica u 2020. godini na 1310,32 stambene jedinice u 2024. godini. Takav trend prvenstveno je povezan s postupnim povećanjem izgrađenosti građevinskog područja naselja, odnosno s rastom ukupne površine izgrađenog dijela naselja.

Unatoč tom smanjenju, rezultati pokazuju da unutar postojećeg građevinskog područja i dalje postoji relativno velik prostor za daljnji razvoj stambenih kapaciteta, bez potrebe za značajnijim širenjem građevinskih zona na nove, do sada neizgrađene površine izvan naselja. To upućuje na zaključak da se budući razvoj naselja može u velikoj mjeri ostvarivati unutar postojećih planiranih prostornih granica, kroz izgradnju na preostalim neizgrađenim parcelama te kroz postupnu rekonstrukciju i zamjensku izgradnju unutar već izgrađenih dijelova naselja.

Dobiveni rezultati također pokazuju da postojeći prostorni planovi omogućuju znatan kapacitet daljnje izgradnje, što predstavlja važan element u kontekstu upravljanja razvojem destinacije. Takav kapacitet omogućuje prilagodbu budućim potrebama stanovanja, ali i potencijalni razvoj dodatnih sadržaja povezanih s turističkim i gospodarskim aktivnostima.

Sveukupno gledano, analiza ukazuje na zaključak da postojeće građevinsko područje naselja raspolaže dovoljnim prostornim rezervama za daljnju stambenu izgradnju, čime se osigurava mogućnost dugoročnog razvoja naselja bez značajnog pritiska na okolne prirodne i poljoprivredne površine. Istodobno, postupno smanjenje potencijala izgradnje ukazuje na potrebu pažljivog planiranja buduće izgradnje kako bi se osigurala racionalna i održiva uporaba raspoloživog prostora.

### 5.5.3. Mogućnosti nove stambene izgradnje na neizgrađenim površinama mješovite namjene građevinskog područja naselja

Pokazatelj mogućnosti nove stambene izgradnje na neizgrađenim površinama mješovite namjene unutar građevinskog područja naselja koristi se za procjenu prostornog potencijala destinacije za daljnji razvoj stambenog fonda. Ovim pokazateljem analizira se koliki dio građevinskog područja naselja koji je namijenjen mješovitoj namjeni još uvijek nije izgrađen te koliki potencijal postoji za izgradnju novih stambenih objekata.

Mješovita namjena građevinskog područja naselja obuhvaća zone u kojima je dopuštena kombinacija različitih funkcija, poput stanovanja, poslovnih djelatnosti, uslužnih sadržaja i drugih kompatibilnih namjena. Neizgrađene površine unutar tih zona predstavljaju prostorni potencijal za daljnju izgradnju, uključujući i razvoj novih stambenih kapaciteta.

Analiza ovog pokazatelja važna je u kontekstu upravljanja turističkim razvojem jer omogućuje procjenu raspoloživosti prostora za stanovanje lokalnog stanovništva, ali i mogućnosti planiranja novih turističkih ili poslovnih sadržaja bez narušavanja prostorne ravnoteže naselja.

Pokazatelj se izračunava kao odnos neizgrađenih površina mješovite namjene i ukupne površine mješovite namjene unutar građevinskog područja naselja, prema sljedećoj formuli:

$$\text{Udio neizgrađenih površina mješovite namjene} = \frac{\text{površina neizgrađenog građevinskog zemljišta mješovite namjene}}{\text{ukupna površina građevinskog područja mješovite namjene}} \times 100$$

gdje je:

- površina neizgrađenog građevinskog zemljišta mješovite namjene – površina zemljišta unutar građevinskog područja naselja koja je prostornim planom određena za mješovitu namjenu, ali još nije izgrađena
- ukupna površina građevinskog područja mješovite namjene – ukupna površina prostora unutar građevinskog područja naselja planiranog za mješovitu namjenu

Dobivena vrijednost pokazuje koliki je prostorni potencijal za novu izgradnju unutar postojećih građevinskih zona, odnosno u kojoj mjeri postoje mogućnosti za daljnji razvoj stambenih i drugih sadržaja.

Ovaj pokazatelj važan je za procjenu dugoročne održivosti razvoja destinacije jer omogućuje planiranje buduće izgradnje unutar već definiranih građevinskih područja, čime se smanjuje pritisak na prirodne i poljoprivredne površine izvan naselja.

Tablica 52. Mogućnosti nove stambene izgradnje na neizgrađenim površinama mješovite namjene građevinskog područja naselja destinacije Sv. Marin na Muri

**6.3. Mogućnosti nove stambene izgradnje na neizgrađenim površinama mješovite namjene građevinskog područja naselja**

| PODATAK                                                                                                                         | 2020         | 2021         | 2022         | 2023         | 2024         | MJERNA JEDINICA         |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-------------------------|
| Stvarna površina neizgrađenog dijela građevinskih područja naselja                                                              | 20426600     | 20426600     | 20426600     | 20426600     | 20426600     | m2                      |
| Površina neizgrađenog dijela građevinskih područja naselja stambene i mješovite namjene (stambeno-poslovne i poslovno-stambene) | 1178600      | 1178600      | 1178600      | 1178600      | 1178600      | m2                      |
| Minimalna površina građevne čestice                                                                                             | 500          | 500          | 500          | 500          | 500          | m2                      |
| Najveći dozvoljeni broj stambenih jedinica na odabranoj minimalnoj građevnoj čestici                                            | 1            | 1            | 1            | 1            | 1            | broj stambenih jedinica |
|                                                                                                                                 |              |              |              |              |              |                         |
| <b>REZULTAT</b>                                                                                                                 | <b>17,33</b> | <b>17,33</b> | <b>17,33</b> | <b>17,33</b> | <b>17,33</b> |                         |
|                                                                                                                                 |              |              |              |              |              |                         |
| Broj novih građevnih čestica koje se mogu formirati na neizgrađenom dijelu GP naselja stambene i mješovite namjene              | 40853,20     | 40853,20     | 40853,20     | 40853,20     | 40853,20     |                         |
|                                                                                                                                 |              |              |              |              |              |                         |
| Mogućnosti nove stambene izgradnje na neizgrađenim površinama mješovite namjene građevinskog područja naselja                   | 40853,20     | 40853,20     | 40853,20     | 40853,20     | 40853,20     |                         |

Primjenom minimalne površine građevne čestice od 500 m<sup>2</sup> i pretpostavke da se na takvoj čestici može izgraditi jedna stambena jedinica, procjenjuje se da se na neizgrađenim površinama može formirati približno 40.853 novih građevnih čestica, odnosno potencijalno isti broj novih stambenih jedinica.

Vrijednost pokazatelja u promatranom razdoblju ostaje stabilna na razini od 17,33, što ukazuje na to da se površina neizgrađenog građevinskog područja naselja nije značajno mijenjala tijekom analiziranih godina. Takav rezultat sugerira da prostorni potencijal za novu izgradnju u promatranom razdoblju nije bio značajno iskorišten.

Dobiveni rezultati ukazuju na zaključak da građevinsko područje naselja raspolaže vrlo velikim prostornim rezervama za buduću stambenu izgradnju, što omogućuje daljnji razvoj naselja unutar postojećih planiranih prostornih granica. Takav potencijal posebno je važan u kontekstu dugoročnog planiranja razvoja destinacije jer omogućuje prilagodbu budućim potrebama stanovanja bez potrebe za širenjem građevinskog područja na nova zemljišta izvan naselja.

Istodobno, ovako velik prostorni potencijal ukazuje na potrebu za postupnim i planskim korištenjem raspoloživog građevinskog zemljišta, kako bi se osigurala racionalna uporaba prostora, očuvala kvaliteta naselja i spriječila nekontrolirana ili prekomjerna izgradnja.

Sveukupno gledano, analiza pokazuje da postojeći prostorni planovi osiguravaju vrlo visok kapacitet za daljnju stambenu izgradnju unutar postojećeg građevinskog područja naselja, što predstavlja važnu osnovu za dugoročno održiv razvoj destinacije.

#### 5.5.4. Utjecaj pretvaranja stanova u turističke apartmane na kvalitetu života u destinaciji

Pokazatelj utjecaja pretvaranja stanova u turističke apartmane na kvalitetu života koristi se za procjenu percepcije lokalnog stanovništva o društvenim i prostornim učincima razvoja privatnog turističkog smještaja u destinaciji. U mnogim turističkim destinacijama rast broja apartmana može utjecati na dostupnost stanovanja, cijene nekretnina, strukturu stanovništva i svakodnevni život lokalne zajednice.

Pretvaranje stanova u turističke apartmane često je povezano s procesom tzv. apartmanizacije, odnosno postupnog povećanja udjela turističkog smještaja u stambenom fondu. U određenim destinacijama taj proces može dovesti do smanjenja broja stanova dostupnih za stalno stanovanje, povećanja cijena nekretnina ili promjena u društvenoj strukturi naselja.

Ovaj pokazatelj procjenjuje u kojoj mjeri lokalno stanovništvo prepoznaje takve procese u svojoj destinaciji te smatra li da oni utječu na kvalitetu života.

Podaci za ovaj pokazatelj prikupljaju se putem anketnog istraživanja među stanovnicima destinacije, pri čemu ispitanici ocjenjuju utjecaj pretvaranja stanova u turističke apartmane koristeći ljestvicu odgovora.

Ponuđeni odgovori u anketi su:

- 1 – uopće ne utječe na kvalitetu života
- 2 – utječe u manjoj mjeri
- 3 – utječe umjereno
- 4 – značajno utječe
- 5 – izrazito negativno utječe

Konačni rezultat pokazatelja izražava se kao udio ispitanika koji smatraju da apartmanizacija značajno ili izrazito negativno utječe na kvalitetu života.

Tablica 53. Utjecaj pretvaranja stanova u turističke apartmane na kvalitetu života destinacije Sv. Marin na Muri

#### 6.4 Percepcija apartmanizacije (negativno 1–2)

| Odgovor                    | Udio (%)      |
|----------------------------|---------------|
| 1                          | 2,94          |
| 2                          | 13,24         |
| 3                          | 39,71         |
| 4                          | 26,47         |
| 5                          | 17,65         |
| <b>Konačan izračun (%)</b> | <b>16,18%</b> |

Rezultati ankete pokazuju da 16,18 % ispitanika smatra da pretvaranje stanova u turističke apartmane ima značajan ili izrazito negativan utjecaj na kvalitetu života u destinaciji. Ovaj rezultat ukazuje na postojanje određenog stupnja zabrinutosti među dijelom lokalnog stanovništva, ali istodobno pokazuje da većina stanovnika ne percipira ovaj proces kao ozbiljan društveni problem.

Veći dio ispitanika očito smatra da apartmanizacija ima umjeren ili vrlo ograničen utjecaj na svakodnevni život lokalne zajednice, što može biti povezano s relativno umjerenim razvojem privatnog turističkog smještaja u destinaciji. Za razliku od izrazito turističkih područja u kojima apartmanizacija dovodi do

značajnih promjena u strukturi stanovanja, u ovom slučaju turistički smještaj i dalje čini relativno manji dio stambenog fonda.

Rezultati ovog pokazatelja također su u skladu s prethodnim pokazateljem (6.1), koji pokazuje relativno nizak udio stambenih jedinica turističke namjene u ukupnom broju stambenih jedinica. Takva kombinacija rezultata sugerira da turistički razvoj zasad nije doveo do značajnih promjena u dostupnosti stanovanja za lokalno stanovništvo.

Istodobno, činjenica da dio ispitanika ipak percipira negativan utjecaj apartmanizacije ukazuje na potrebu za kontinuiranim praćenjem ovog pokazatelja. U slučaju daljnjeg rasta turističkog smještaja, osobito u privatnom sektoru, važno je osigurati ravnotežu između razvoja turizma i očuvanja funkcije prostora kao mjesta stanovanja.

Sveukupno gledano, dobiveni rezultati upućuju na zaključak da apartmanizacija trenutno ne predstavlja izražen društveni problem u destinaciji, ali je riječ o procesu koji zahtijeva sustavno praćenje u okviru upravljanja turističkim razvojem kako bi se osigurala dugoročna održivost prostora i kvalitete života lokalne zajednice.

## 5.6. Komunalna infrastruktura

### 5.6.1. Vršno opterećenje i udio objekata u lancu turizma (hoteli, komercijalni i nekomercijalni smještaj, ugostiteljski objekti i sl. u vršnom opterećenju) – voda

Pokazatelj vršnog opterećenja sustava vodoopskrbe koristi se za procjenu utjecaja turističkog prometa na potrošnju vode u destinaciji. Ovim pokazateljem analizira se u kojoj mjeri povećanje broja turista tijekom vršnog razdoblja turističke sezone utječe na ukupnu potrošnju vode i opterećenje vodoopskrbne infrastrukture.

Sustavi vodoopskrbe u turističkim destinacijama često su dimenzionirani prema potrebama stalnog stanovništva, dok sezonski porast broja korisnika može dovesti do privremenog povećanja potrošnje vode. Upravo zato ovaj pokazatelj omogućuje procjenu koliko turistički promet doprinosi ukupnom opterećenju sustava.

Analiza se temelji na usporedbi potrošnje vode u mjesecu s najmanjim turističkim prometom i mjesecu s najvećim turističkim prometom, uzimajući u obzir broj ostvarenih noćenja i broj stanovnika destinacije.

Pokazatelj se izračunava prema sljedećoj formuli:

$$\text{Vršno opterećenje vodoopskrbnog sustava} = \frac{\left(\frac{F_2 - F_1}{T_2 - T_1}\right)}{\left(\frac{F_1}{S}\right)} \times 100$$

gdje je:

- $F_1$  – ukupna potrošnja vode u mjesecu s najmanjim brojem noćenja
- $F_2$  – ukupna potrošnja vode u mjesecu s najvećim brojem noćenja
- $T_1$  – broj noćenja u mjesecu s najmanjim brojem noćenja
- $T_2$  – broj noćenja u mjesecu s najvećim brojem noćenja
- $S$  – broj stalnih stanovnika destinacije

Rezultat pokazatelja izražava koliki je odnos dodatne potrošnje vode povezane s turizmom u odnosu na potrošnju vode po stanovniku.

Tablica 54. Vršno opterećenje i udio objekata u lancu turizma (hoteli, komercijalni i nekomercijalni smještaj, ugostiteljski objekti i sl. u vršnom opterećenju) – voda destinacije Sv. Marin na Muri

| 7.1. Vršno opterećenje i udio objekata u lancu turizma – voda                                                              |                |                |                |                |                |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| PODATAK                                                                                                                    | 2020           | 2021           | 2022           | 2023           | 2024           |
| Ukupna finalna potrošnja vode u kućanstvima i smještajnim objektima u kalendarskom mjesecu s najmanjim brojem noćenja (F1) | 4743           | 4743           | 4743           | 4743           | 4743           |
| Ukupna finalna potrošnja vode u kućanstvima i smještajnim objektima u kalendarskom mjesecu s najvećim brojem noćenja (F2)  | 12229          | 12229          | 12229          | 12229          | 12229          |
| Broj ostvarenih turističkih noćenja u smještaju u destinaciji u kalendarskom mjesecu s najmanjim brojem noćenja (T1)       | 358            | 4753           | 6292           | 7975           | 8087           |
| Broj ostvarenih turističkih noćenja u smještaju u destinaciji u kalendarskom mjesecu s najvećim brojem noćenja (T2)        | 10013          | 18169          | 22160          | 22167          | 22320          |
| Broj stanovnika u destinaciji s pristupom javnoj vodoopskrbi (S)                                                           | 2250           | 2391           | 2398           | 2378           | 2371           |
| <b>REZULTAT (omjer potrošnje vode po noćenju turista i po stanovniku) – %</b>                                              | <b>1211,10</b> | <b>1978,07</b> | <b>1976,19</b> | <b>7249,96</b> | <b>7896,69</b> |

Rezultati pokazatelja ukazuju na izražen porast procijenjenog turističkog opterećenja vodoopskrbnog sustava tijekom promatranog razdoblja. Vrijednost pokazatelja povećala se s 1211,10 % u 2020. godini na 7896,69 % u 2024. godini, što upućuje na značajno povećanje razlike između potrošnje vode u razdobljima niskog i visokog turističkog prometa.

Ovakav trend prvenstveno je povezan s rastom turističkih dolazaka i broja ostvarenih noćenja, koji povećavaju ukupnu potrošnju vode tijekom vršnih mjeseci turističke sezone. Povećana potrošnja vode može biti rezultat različitih turističkih aktivnosti, uključujući korištenje smještajnih kapaciteta, ugostiteljskih objekata, wellness sadržaja i drugih usluga koje zahtijevaju veće količine vode.

Važno je naglasiti da visoka vrijednost ovog pokazatelja ne znači nužno da je sustav vodoopskrbe preopterećen ili nedostatan, već prije svega ukazuje na osjetljivost potrošnje vode na promjene u turističkom prometu. Drugim riječima, turističke aktivnosti značajno utječu na sezonske oscilacije u potrošnji vode.

U kontekstu upravljanja destinacijom ovakav rezultat naglašava važnost planiranja i prilagodbe infrastrukturnih kapaciteta kako bi sustav vodoopskrbe mogao pouzdano funkcionirati i u razdobljima povećane potrošnje. To uključuje redovito praćenje potrošnje vode, optimizaciju upravljanja sustavom te potencijalna ulaganja u infrastrukturu u slučaju daljnjeg rasta turističkog prometa.

Unatoč povećanju vrijednosti pokazatelja, nema pokazatelja da turistički promet trenutno uzrokuje kritične probleme u opskrbi vodom. Ipak, s obzirom na kontinuirani rast turističkih aktivnosti, preporučuje se nastaviti sustavno praćenje ovog pokazatelja kako bi se osigurala dugoročna stabilnost vodoopskrbnog sustava i održivo upravljanje resursima.

#### 5.6.2. Vršno opterećenje i udio objekata u lancu turizma (hoteli, komercijalni i nekomercijalni smještaj, ugostiteljski objekti i sl. u vršnom opterećenju) - električna energija

Pokazatelj vršnog opterećenja elektroenergetskog sustava koristi se za procjenu utjecaja turističkog prometa na potrošnju električne energije u destinaciji. Analizom se uspoređuje potrošnja električne energije u razdoblju najmanjeg turističkog prometa i u razdoblju najvećeg turističkog prometa, kako bi se utvrdilo u kojoj mjeri turizam utječe na opterećenje elektroenergetske infrastrukture.

U turističkim destinacijama povećanje broja posjetitelja tijekom vršnih mjeseci često dovodi do povećane potrošnje električne energije zbog intenzivnijeg korištenja smještajnih kapaciteta, ugostiteljskih objekata,

klimatizacijskih sustava, rasvjete i drugih energetske potrebe povezanih s turističkim aktivnostima. Ovaj pokazatelj omogućuje procjenu koliko turistički promet utječe na ukupnu potrošnju električne energije u odnosu na potrošnju povezanu s potrebama stalnog stanovništva.

Pokazatelj se izračunava prema sljedećoj formuli:

$$\text{Vršno opterećenje elektroenergetskog sustava} = \frac{E_2 - E_1}{E_2} \times 100$$

gdje je:

- $E_1$  – ukupna finalna potrošnja električne energije u mjesecu s najmanjim brojem noćenja
- $E_2$  – ukupna finalna potrošnja električne energije u mjesecu s najvećim brojem noćenja

Dobivena vrijednost pokazuje koliki je relativni udio promjene potrošnje električne energije u razdoblju najvećeg turističkog prometa.

*Tablica 55. Vršno opterećenje i udio objekata u lancu turizma (hoteli, komercijalni i nekomercijalni smještaj, ugostiteljski objekti i sl. u vršnom opterećenju) - električna energija destinacije Sv. Marin na Muri*

## 7.2. Vršno opterećenje i udio objekata u lancu turizma – električna energija

| PODATAK                                                                         | 2020          | 2021          | 2022          | 2023          | 2024          |
|---------------------------------------------------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Ukupna finalna potrošnja el. energije u mjesecu s najmanjim brojem noćenja (E1) | 291384        | 291384        | 291384        | 291384        | 291384        |
| Ukupna finalna potrošnja el. energije u mjesecu s najvećim brojem noćenja (E2)  | 271439        | 271439        | 271439        | 271439        | 271439        |
| Broj ostvarenih turističkih noćenja u mjesecu s najmanjim brojem noćenja (T1)   | 358           | 4753          | 6292          | 7975          | 8087          |
| Broj ostvarenih turističkih noćenja u mjesecu s najvećim brojem noćenja (T2)    | 10013         | 18169         | 22160         | 22167         | 22320         |
| Broj stanovnika s pristupom elektroenergetskoj mreži (S)                        | 2250          | 2391          | 2398          | 2378          | 2371          |
| <b>REZULTAT</b>                                                                 | <b>-49,32</b> | <b>-36,92</b> | <b>-31,22</b> | <b>-34,24</b> | <b>-34,02</b> |

Rezultati pokazatelja pokazuju da se vrijednosti vršnog opterećenja elektroenergetskog sustava tijekom promatranog razdoblja kreću između -49,32 % i -34,02 %, što znači da je potrošnja električne energije u mjesecu s najvećim turističkim prometom niža nego u mjesecu s najmanjim brojem noćenja.

Ovakav rezultat na prvi pogled može djelovati neuobičajeno jer se u turističkim destinacijama često očekuje povećanje potrošnje energije tijekom vršne turističke sezone. Međutim, u ovom slučaju rezultati upućuju na zaključak da turistički promet nije dominantan faktor ukupne potrošnje električne energije u destinaciji.

Razlog takvom rezultatu može biti činjenica da se najveća potrošnja električne energije u destinaciji javlja tijekom zimskih mjeseci, kada je potrošnja energije za grijanje znatno veća nego tijekom ljetnog razdoblja. S druge strane, turistička sezona odvija se u toplijem dijelu godine kada je ukupna potrošnja energije u kućanstvima i poslovnim objektima relativno niža.

Dobiveni rezultati stoga ukazuju na zaključak da turističke aktivnosti ne predstavljaju značajan dodatni pritisak na elektroenergetski sustav destinacije. Naprotiv, potrošnja električne energije u razdoblju intenzivnog turističkog prometa ostaje niža od potrošnje u razdoblju minimalnog turističkog prometa.

Ovakav rezultat sugerira da postojeći elektroenergetski kapaciteti u potpunosti mogu zadovoljiti potrebe destinacije čak i tijekom razdoblja povećane turističke aktivnosti, bez značajnog rizika od preopterećenja sustava.

U kontekstu upravljanja destinacijom, ovaj pokazatelj predstavlja pozitivan signal jer potvrđuje da turistički razvoj trenutno ne zahtijeva značajna dodatna ulaganja u elektroenergetsku infrastrukturu. Ipak, kontinuirano praćenje potrošnje električne energije ostaje važno kako bi se pravodobno uočile eventualne promjene u obrascima potrošnje povezane s daljnjim razvojem turističke ponude.

### 5.6.3. Broj djelatnika na održavanju javnih površina u odnosu na m2 javnih površina koje se održavaju

Pokazatelj broja djelatnika na održavanju javnih površina u odnosu na ukupnu površinu javnih prostora koristi se za procjenu kapaciteta komunalnih službi u destinaciji. Njime se analizira odnos između raspoloživih ljudskih resursa zaduženih za održavanje javnih površina i ukupne površine prostora koji je potrebno redovito održavati.

Javne površine u ovom kontekstu obuhvaćaju različite vrste prostora koji su dostupni stanovnicima i posjetiteljima, uključujući:

- parkove i zelene površine
- šetnice i trgove
- ulice i javne prometne površine
- rekreacijske površine i druge javne prostore

Održavanje javnih površina uključuje aktivnosti poput čišćenja, košnje i održavanja zelenih površina, održavanja komunalne opreme, uklanjanja otpada i drugih komunalnih poslova koji osiguravaju urednost i funkcionalnost prostora.

Pokazatelj se izračunava prema sljedećoj formuli:

$$\text{Površina javnog prostora po djelatniku} = \frac{\text{ukupna površina javnih prostora (m}^2\text{)}}{\text{broj djelatnika na održavanju javnih površina}}$$

gdje je:

- ukupna površina javnih prostora – površina svih javnih površina koje se redovito održavaju
- broj djelatnika – broj zaposlenika koji sudjeluju u održavanju javnih površina
- Dobivena vrijednost pokazuje koliku površinu javnog prostora u prosjeku održava jedan djelatnik.

*Tablica 56. Broj djelatnika na održavanju javnih površina u odnosu na m2 javnih površina koje se održavaju destinacije Sv. Marin na Muri*

| 7.3. Broj djelatnika na održavanju javnih površina u odnosu na m2 javnih površina koje se održavaju |                    |                    |                    |                    |                    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| PODATAK                                                                                             | 2020               | 2021               | 2022               | 2023               | 2024               |
| Površina javnih površina u m <sup>2</sup>                                                           | 25310000           | 25310000           | 25310000           | 25310000           | 25310000           |
| Broj radnika zaduženih za održavanje javnih površina                                                | 1,5                | 1,5                | 1,5                | 1,5                | 1,5                |
| <b>REZULTAT</b>                                                                                     | <b>16873333,33</b> | <b>16873333,33</b> | <b>16873333,33</b> | <b>16873333,33</b> | <b>16873333,33</b> |

Rezultati pokazatelja pokazuju da jedan djelatnik na održavanju javnih površina u prosjeku pokriva približno 16,87 milijuna m<sup>2</sup> javnih površina. Vrijednost pokazatelja ostaje stabilna tijekom cijelog promatranog razdoblja, što ukazuje na relativno konstantan odnos između broja djelatnika i površine javnog prostora koji se održava.

Ovakav rezultat upućuje na činjenicu da je površina javnog prostora koju pokriva jedan djelatnik vrlo velika, što može predstavljati izazov u organizaciji i kvaliteti održavanja, osobito u razdobljima povećanog turističkog prometa. Povećanje broja posjetitelja u destinaciji često dovodi do intenzivnijeg korištenja javnih površina, što posljedično povećava potrebu za njihovim čišćenjem i održavanjem.

Stabilnost vrijednosti pokazatelja tijekom promatranog razdoblja sugerira da kapacitet komunalnih službi nije značajno povećavan unatoč rastu turističkog prometa i povećanom korištenju javnih prostora. To može značiti da postojeći sustav održavanja trenutno funkcionira uz relativno visoko opterećenje raspoloživih ljudskih resursa.

S obzirom na važnost urednih i kvalitetno održavanih javnih prostora za ukupni doživljaj destinacije, ovaj pokazatelj naglašava važnost kontinuiranog praćenja kapaciteta komunalnih službi. U slučaju daljnjeg rasta turističkog prometa ili povećanja površina javnih prostora, može se pojaviti potreba za dodatnim ulaganjima u komunalne službe kako bi se osigurala odgovarajuća razina održavanja.

Ukupno gledano, dobiveni rezultati ukazuju na to da postojeći sustav održavanja javnih površina funkcionira uz relativno visoko opterećenje, ali trenutačno uspijeva održavati potrebnu razinu uređenosti prostora. U kontekstu upravljanja destinacijom, važno je osigurati da kapaciteti komunalnih službi prate razvoj turističkog prometa i rast korištenja javnih prostora.

#### 5.6.4. Kapaciteti (ljudski i tehnološki) za odvoz otpada

Pokazatelj kapaciteta za odvoz otpada koristi se za procjenu sposobnosti sustava gospodarenja otpadom da odgovori na potrebe destinacije, osobito u razdobljima povećanog turističkog prometa. Turističke aktivnosti često dovode do povećanja količine komunalnog otpada zbog većeg broja korisnika prostora, intenzivnijeg korištenja ugostiteljskih objekata, smještajnih kapaciteta i javnih površina.

U okviru ovog pokazatelja analizira se odnos između procijenjene količine otpada koja nastaje na području destinacije i kapaciteta komunalnih službi za njegovo prikupljanje i odvoz. Time se dobiva uvid u to može li postojeći sustav gospodarenja otpadom učinkovito odgovoriti na povećane potrebe tijekom turističke sezone.

Pokazatelj se izračunava na temelju procjene ukupne količine otpada koju generiraju stanovnici i turisti, uzimajući u obzir prosječnu količinu otpada po osobi, te raspoložive kapacitete komunalnog sustava za njegovo prikupljanje i odvoz.

Pojednostavljeno, pokazatelj se može izraziti kao odnos između:

$$\text{Kapacitet sustava za prikupljanje otpada} \div \text{procijenjena količina otpada}$$

gdje se procijenjena količina otpada temelji na ukupnom broju korisnika prostora (stanovnici + turisti) i prosječnoj količini otpada po osobi.

Dobivena vrijednost pokazuje koliko je sustav gospodarenja otpadom sposoban odgovoriti na potrebe destinacije u promatranom razdoblju.

Tablica 57. Kapaciteti (ljudski i tehnološki) za odvoz otpada destinacije Sv. Marin na Muri

#### 7.4. Kapaciteti (ljudski i tehnološki) za odvoz otpada

| PODATAK                                                                    | 2020        | 2021        | 2022        | 2023        | 2024        |
|----------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Procjena količine otpada koji se može dnevno prikupiti u destinaciji/zoni. | 4,03        | 4,58        | 5,19        | 5,61        | 5,78        |
| <b>REZULTAT</b>                                                            | <b>4,03</b> | <b>4,58</b> | <b>5,19</b> | <b>5,61</b> | <b>5,78</b> |

Rezultati pokazatelja pokazuju postupno povećanje procijenjenog kapaciteta sustava za prikupljanje i odvoz otpada tijekom promatranog razdoblja. Vrijednost pokazatelja povećala se s 4,03 u 2020. godini na 5,78 u 2024. godini, što ukazuje na rast operativnih kapaciteta sustava gospodarenja otpadom.

Ovaj trend sugerira da je sustav prikupljanja otpada postupno prilagođavan povećanim potrebama destinacije, koje su povezane s rastom turističkog prometa i intenzivnijim korištenjem prostora. Povećanje kapaciteta može biti rezultat unapređenja organizacije odvoza otpada, povećanja broja spremnika ili poboljšanja logistike komunalnih službi.

Vrijednosti pokazatelja tijekom cijelog promatranog razdoblja ostaju na razini koja upućuje na dostatne kapacitete sustava za prikupljanje otpada, što znači da postojeća infrastruktura i organizacija komunalnih službi uspijevaju odgovoriti na potrebe destinacije.

Takav rezultat predstavlja pozitivan pokazatelj u kontekstu upravljanja turističkim razvojem jer učinkovito gospodarenje otpadom ima važnu ulogu u očuvanju kvalitete okoliša, javnog prostora i ukupnog dojma destinacije.

Istodobno, kontinuirani rast turističkog prometa može u budućnosti dovesti do povećanja količine otpada, zbog čega je važno nastaviti s razvojem i unapređenjem sustava gospodarenja otpadom. To uključuje optimizaciju sustava prikupljanja otpada, razvoj infrastrukture za recikliranje i podizanje svijesti o održivom upravljanju otpadom među stanovnicima i posjetiteljima.

Sveukupno gledano, dobiveni rezultati ukazuju na zaključak da postojeći sustav gospodarenja otpadom trenutno raspolaže dovoljnim kapacitetima za upravljanje količinama otpada u destinaciji, uključujući i razdoblja povećanog turističkog prometa.

#### 5.6.5. Iritacija neprimjereno odloženim otpadom tijekom turističke sezone

Pokazatelj iritacije neprimjereno odloženim otpadom koristi se za procjenu percepcije lokalnog stanovništva o problemu nepropisnog odlaganja otpada u javnom prostoru, osobito tijekom razdoblja povećanog turističkog prometa. Povećani broj posjetitelja u destinaciji može dovesti do povećanja količine otpada, što u slučaju nedostatnog ili nepravilnog upravljanja može rezultirati pojavom otpada na javnim površinama, u prirodnom okruženju ili u blizini turističkih atrakcija.

Ovaj pokazatelj predstavlja važan element procjene okolišnog i društvenog prihvatnog kapaciteta destinacije, jer percepcija čistoće prostora značajno utječe na kvalitetu života lokalnog stanovništva, ali i na ukupni turistički doživljaj destinacije.

Podaci za ovaj pokazatelj prikupljaju se putem anketnog istraživanja među stanovnicima destinacije, pri čemu ispitanici ocjenjuju u kojoj mjeri nepropisno odložen otpad predstavlja problem u njihovom svakodnevnom okruženju.

Procjena se provodi pomoću Likertove ljestvice od 1 do 7, gdje pojedine vrijednosti označavaju:

- 1 – uopće ne predstavlja problem
- 2 – vrlo mali problem
- 3 – mali problem
- 4 – umjeren problem
- 5 – veći problem
- 6 – značajan problem
- 7 – vrlo velik problem

Konačni rezultat pokazatelja izražava se kao udio ispitanika koji nepropisno odložen otpad ocjenjuju kao značajan ili vrlo velik problem, odnosno kao postotak odgovora u najvišim kategorijama ljestvice.

Tablica 58. Iritacija neprimjereno odloženim otpadom tijekom turističke sezone destinacije Sv. Marin na Muri

**7.5 Udio lokalnog stanovništva uznemirenog otpadom (1 = veliki problem)**

| Odgovor                    | Udio (%)      |
|----------------------------|---------------|
| 1*                         | 20,59         |
| 2*                         | 35,29         |
| 3*                         | 38,24         |
| 4*                         | 5,88          |
| <b>Konačan izračun (%)</b> | <b>20,59%</b> |

Rezultati ankete pokazuju da 20,59 % ispitanika smatra nepropisno odložen otpad značajnim problemom u destinaciji. Ovakav rezultat ukazuje na postojanje određenog stupnja nezadovoljstva među dijelom lokalnog stanovništva kada je riječ o čistoći javnog prostora.

Iako većina ispitanika očito ne smatra ovaj problem izrazito ozbiljnim, relativno veći udio negativnih percepcija u usporedbi s nekim drugim pokazateljima (poput buke ili gužvi) sugerira da pitanje gospodarenja otpadom predstavlja jedan od vidljivijih izazova u svakodnevnom životu destinacije.

Povećana količina otpada može biti povezana s intenzivnijim korištenjem javnih prostora tijekom turističke sezone, većim brojem posjetitelja te povećanom potrošnjom u ugostiteljskim i turističkim objektima. U takvim okolnostima čak i manji nedostaci u organizaciji sustava prikupljanja otpada mogu biti primjetniji lokalnom stanovništvu.

Rezultati ovog pokazatelja treba promatrati i u kontekstu prethodnog pokazatelja (7.4), koji pokazuje da sustav prikupljanja otpada raspolaže relativno dobrim operativnim kapacitetima. To sugerira da percepcija problema ne mora nužno biti povezana s nedostatkom kapaciteta sustava, već može biti posljedica lokaliziranih problema, poput nepravilnog odlaganja otpada na pojedinim lokacijama ili u određenim razdobljima.

Ukupno gledano, dobiveni rezultati upućuju na zaključak da nepropisno odlaganje otpada predstavlja umjeren izazov u upravljanju destinacijom, ali ne i dominantan problem koji bi značajno narušavao kvalitetu života stanovnika ili turistički doživljaj prostora.

U kontekstu upravljanja destinacijom preporučuje se kontinuirano unapređenje sustava gospodarenja otpadom, uključujući povećanje dostupnosti spremnika za odvojeno prikupljanje otpada, edukaciju stanovništva i posjetitelja o pravilnom odlaganju otpada te redovito praćenje čistoće javnih površina.

## 5.7. Prometna infrastruktura

### 5.7.1. Procjena (ekspertna) kapaciteta prometne infrastrukture u odnosu na volumen prometa na odabranim pravcima/točkama u danima vršne turističke sezone

Pokazatelj kapaciteta prometne infrastrukture koristi se za procjenu odnosa između prometnog opterećenja i maksimalnog kapaciteta prometnica na području destinacije. Ovim pokazateljem analizira se u kojoj mjeri postojeća prometna infrastruktura može podnijeti prometne tokove koji nastaju tijekom turističke sezone, osobito u razdoblju najveće koncentracije posjetitelja.

U turističkim destinacijama prometno opterećenje često se značajno povećava tijekom vršnih razdoblja turističke aktivnosti zbog dolaska posjetitelja osobnim vozilima, povećanog lokalnog prometa te intenzivnijeg korištenja prometne infrastrukture. Analiza prometnog kapaciteta omogućuje procjenu postoji li rizik od zagušenja prometnica ili smanjenja kvalitete prometne usluge.

Pokazatelj se temelji na usporedbi prosječnog dnevnog prometa tijekom turističke sezone s procijenjenim maksimalnim prometnim kapacitetom prometnice ili prometnog sustava.

Formula za izračun pokazatelja može se izraziti na sljedeći način:

$$\text{Iskorištenost kapaciteta prometnice} = \frac{\text{prosječni dnevni promet}}{\text{maksimalni kapacitet prometnice}} \times 100$$

gdje je:

- prosječni dnevni promet – prosječan broj vozila koji prolazi promatranom prometnicom tijekom vršnog razdoblja turističke sezone
- maksimalni kapacitet prometnice – procijenjeni maksimalni broj vozila koji prometnica može prihvatiti bez značajnog smanjenja protočnosti

Dobivena vrijednost pokazuje koliki se udio ukupnog prometnog kapaciteta koristi u promatranom razdoblju.

*Tablica 59. Procjena (ekspertna) kapaciteta prometne infrastrukture u odnosu na volumen prometa na odabranim pravicima/točkama u danima vršne turističke sezone destinacije Sv. Marin na Muri*

| 8.1. Procjena (ekspertna) kapaciteta prometne infrastrukture u odnosu na volumen prometa u danima vršne turističke sezone |       |       |       |       |       |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| PODATAK                                                                                                                   | 2020  | 2021  | 2022  | 2023  | 2024  |
| PLDP (prosječni ljetni dnevni promet) na odabranoj točki/pravcu                                                           | 2500  | 3000  | 3500  | 4200  | 4500  |
| PGDP (prosječni godišnji dnevni promet) na odabranoj točki/pravcu                                                         | 1400  | 1800  | 2100  | 2520  | 2700  |
| Indikativna procjena kapaciteta prometnice (okvirna propusna moć)                                                         | 10000 | 10000 | 10000 | 10000 | 10000 |
| Izbrojana vozila u vršnom satu (odabrani vršni sat u vrhu sezone)                                                         |       |       |       |       |       |
| REZULTAT 1: Indeks rasta potražnje (PLDP) (%)                                                                             |       | 20,00 | 16,67 | 20,00 | 7,14  |
| REZULTAT 2: Iskorištenost kapaciteta prema PLDP (%)                                                                       | 25,00 | 30,00 | 35,00 | 42,00 | 45,00 |
| REZULTAT 3: Iskorištenost prema vršnom satu (%) – upisati satni kapacitet ako je dostupan                                 |       |       |       |       |       |

Rezultati pokazatelja ukazuju na postupan rast prometnog opterećenja tijekom promatranog razdoblja, ali i dalje na relativno umjerenu razinu iskorištenosti prometne infrastrukture.

Prosječni dnevni promet tijekom ljetnog razdoblja povećao se s 2500 vozila u 2020. godini na 4500 vozila u 2024. godini, što ukazuje na rast ukupnog prometa povezan s povećanim brojem posjetitelja i intenzivnijim korištenjem prometne mreže.

Unatoč tom rastu, iskorištenost prometnog kapaciteta u 2024. godini iznosi 45 % maksimalnog kapaciteta prometnice, što znači da prometna infrastruktura i dalje raspolaže značajnom rezervom kapaciteta. Drugim riječima, prometni sustav destinacije trenutno može prihvatiti znatno veći prometni volumen bez pojave ozbiljnijih zagušenja.

Ovakav rezultat ukazuje na to da turistički promet zasad ne uzrokuje kritično opterećenje prometne infrastrukture, te da postojeći prometni kapaciteti mogu relativno učinkovito apsorbirati povećanje prometa tijekom turističke sezone.

Istodobno, kontinuirani rast prometnog prometa sugerira da će u budućnosti biti potrebno pažljivo pratiti razvoj prometnih tokova kako bi se osigurala dugoročna funkcionalnost prometne mreže. U slučaju daljnjeg rasta turističkog prometa, moguće će biti potrebno razmotriti određene mjere upravljanja prometom, poput poboljšanja prometne signalizacije, razvoja alternativnih oblika prijevoza ili unapređenja prometne infrastrukture.

Ukupno gledano, dobiveni rezultati upućuju na zaključak da postojeća prometna infrastruktura trenutno raspolaže dovoljnim kapacitetima za prihvrat turističkog prometa, a turističke aktivnosti ne uzrokuju značajne probleme u funkcioniranju prometnog sustava destinacije.

### 5.7.2. Procjena kapaciteta i iskorištenosti parkirališta u razdoblju vršne turističke sezone (8.2.)

Pokazatelj iskorištenosti parkirališta koristi se za procjenu stupnja opterećenja parkirališnih kapaciteta u destinaciji tijekom razdoblja povećanog turističkog prometa. Parkirališna infrastruktura predstavlja važan element prometnog sustava jer u mnogim turističkim destinacijama upravo parkiranje postaje jedan od ključnih ograničavajućih čimbenika u razdobljima vršne turističke sezone.

Povećanje broja posjetitelja često dovodi do povećanog broja osobnih vozila u destinaciji, osobito u područjima koja nisu u potpunosti prilagođena alternativnim oblicima prijevoza. U takvim situacijama može doći do povećane popunjenosti parkirališnih kapaciteta, što može uzrokovati prometne zastoje, nepropisno parkiranje ili smanjenu dostupnost parkirnih mjesta za lokalno stanovništvo.

Pokazatelj se temelji na usporedbi prosječnog broja zauzetih parkirališnih mjesta tijekom vršnog razdoblja turističke sezone s ukupnim brojem raspoloživih parkirališnih mjesta na promatranom području.

Formula za izračun pokazatelja može se izraziti na sljedeći način:

$$\text{Iskorištenost parkirališta} = \frac{\text{broj zauzetih parkirališnih mjesta}}{\text{ukupan broj parkirališnih mjesta}} \times 100$$

gdje je:

- broj zauzetih parkirališnih mjesta – prosječan broj zauzetih parkirnih mjesta tijekom vršnog razdoblja turističke sezone
- ukupan broj parkirališnih mjesta – ukupni kapacitet parkirališne infrastrukture u promatranom području

Dobivena vrijednost pokazuje koliki se udio parkirališnih kapaciteta koristi u razdoblju najvećeg prometnog opterećenja.

Tablica 60. Procjena kapaciteta i iskorištenosti parkirališta u razdoblju vršne turističke sezone destinacije Sv. Marin na Muri

#### 8.2. Procjena kapaciteta i iskorištenosti parkirališta u razdoblju vršne turističke sezone – detaljan izračun (14 mjerenja)

SAŽETAK PO GODINI (jedno parkiralište)

|                                 | 2020  | 2021  | 2022  | 2023  | 2024  |
|---------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| PMR – broj parkirališnih mjesta | 490   | 510   | 547   | 557   | 557   |
| PZ – prosječna ispunjenost (%)  | 61,22 | 70,59 | 76,78 | 90,48 | 96,95 |

Rezultati pokazatelja ukazuju na značajan porast iskorištenosti parkirališnih kapaciteta tijekom promatranog razdoblja, što je povezano s rastom turističkog prometa i povećanim brojem vozila u destinaciji.

Prosječna popunjenost parkirališta povećala se s 61,22 % u 2020. godini na 96,95 % u 2024. godini, što znači da su parkirališni kapaciteti tijekom vršnog razdoblja turističke sezone gotovo u potpunosti iskorišteni. Ovakva razina popunjenosti upućuje na vrlo visoko opterećenje parkirališne infrastrukture.

Vrijednost pokazatelja koja se približava 100 % sugerira da parkirališni kapaciteti u pojedinim razdobljima mogu dosegnuti svoje maksimalne granice. U takvim situacijama postoji povećan rizik od pojave problema poput kruženja vozila u potrazi za slobodnim parkirnim mjestom, povećanog prometnog opterećenja u užem području destinacije ili nepropisnog parkiranja.

Unatoč visokoj razini iskorištenosti, ovakav rezultat ne znači nužno da parkirališni sustav ne funkcionira, ali ukazuje na to da postojeći kapaciteti rade blizu svojih maksimalnih mogućnosti tijekom vršne turističke sezone. To može predstavljati jedan od potencijalnih izazova u daljnjem razvoju turizma u destinaciji.

U kontekstu upravljanja destinacijom, rezultati ovog pokazatelja upućuju na potrebu za razmatranjem dodatnih mjera upravljanja prometom i parkiranjem. Takve mjere mogu uključivati optimizaciju postojećih parkirališnih kapaciteta, razvoj novih parkirališnih površina, poticanje korištenja alternativnih oblika prijevoza ili uvođenje sustava pametnog upravljanja parkiranjem.

Ukupno gledano, dobiveni rezultati ukazuju na zaključak da parkirališna infrastruktura predstavlja jedan od osjetljivijih elemenata prometnog sustava destinacije, te da bi daljnji rast turističkog prometa mogao povećati pritisak na postojeće parkirališne kapacitete.

### 5.7.3. Iritacija gužvom u prometu tijekom turističke sezone

Pokazatelj iritacije gužvom u prometu koristi se za procjenu percepcije lokalnog stanovništva o utjecaju prometnih gužvi na svakodnevni život u destinaciji. U turističkim destinacijama povećani broj posjetitelja često dovodi do intenzivnijeg korištenja prometne infrastrukture, što može rezultirati zagušenjem prometnica, produljenjem vremena putovanja i smanjenjem protočnosti prometa.

Prometne gužve mogu predstavljati jedan od najvidljivijih negativnih učinaka turizma na svakodnevni život stanovnika, osobito tijekom vršnih razdoblja turističke sezone. Upravo zato ovaj pokazatelj predstavlja važan element procjene društvenog prihvatnog kapaciteta destinacije, jer pokazuje u kojoj mjeri promet povezan s turističkim aktivnostima utječe na kvalitetu života lokalne zajednice.

Podaci za ovaj pokazatelj prikupljaju se putem anketnog istraživanja među stanovnicima destinacije, pri čemu ispitanici ocjenjuju u kojoj mjeri prometne gužve predstavljaju problem u njihovom svakodnevnom životu.

Procjena se provodi pomoću Likertove ljestvice od 1 do 7, gdje pojedine vrijednosti označavaju:

- 1 – uopće ne predstavlja problem
- 2 – vrlo mali problem
- 3 – mali problem
- 4 – umjeren problem
- 5 – veći problem
- 6 – značajan problem
- 7 – vrlo velik problem

Konačni rezultat pokazatelja izražava se kao udio ispitanika koji prometne gužve ocjenjuju kao značajan ili vrlo velik problem, odnosno kao postotak odgovora u najvišim kategorijama ljestvice.

*Tablica 61. Iritacija gužvom u prometu tijekom turističke sezone destinacije Sv. Marin na Muri*

#### 8.3 Udio lokalnog stanovništva uznemirenog gužvom u prometu (1 = veliki problem)

| Odgovor                    | Udio (%)      |
|----------------------------|---------------|
| 1*                         | 10,29         |
| 2*                         | 33,82         |
| 3*                         | 51,47         |
| 4*                         | 4,41          |
| <b>Konačan izračun (%)</b> | <b>10,29%</b> |

Rezultati ankete pokazuju da 10,29 % ispitanika smatra prometne gužve značajnim problemom u destinaciji. Ovaj rezultat ukazuje na relativno nizak stupanj percepcije prometnih gužvi kao ozbiljnog problema među lokalnim stanovništvom.

Većina ispitanika očito smatra da prometne gužve predstavljaju manji ili umjeren problem, što sugerira da prometni sustav destinacije zasad uspijeva relativno učinkovito apsorbirati povećani promet povezan s turističkim aktivnostima.

Dobiveni rezultati također su u skladu s prethodnim pokazateljima prometne infrastrukture. Analiza kapaciteta prometne infrastrukture (8.1) pokazuje da prometnice i dalje raspolažu određenom rezervom kapaciteta, dok pokazatelj iskorištenosti parkirališta (8.2) ukazuje na veće opterećenje parkirališne infrastrukture nego same prometne mreže. To znači da se potencijalni prometni problemi u destinaciji češće pojavljuju u području parkiranja nego u protočnosti prometa na glavnim prometnicama.

Relativno nizak udio negativnih percepcija upućuje na zaključak da prometne gužve trenutno ne predstavljaju dominantan problem u svakodnevnom životu lokalnog stanovništva, niti značajno narušavaju kvalitetu života u destinaciji.

Ipak, s obzirom na kontinuirani rast turističkog prometa, važno je nastaviti pratiti ovaj pokazatelj kako bi se pravodobno uočile eventualne promjene u percepciji stanovnika. U slučaju daljnjeg povećanja prometnog opterećenja, može se razmotriti primjena mjera upravljanja prometom, poput poboljšanja prometne regulacije, razvoja alternativnih oblika mobilnosti ili poticanja korištenja javnog prijevoza.

Sveukupno gledano, dobiveni rezultati upućuju na zaključak da prometni sustav destinacije trenutno funkcionira bez izraženih problema povezanih s prometnim gužvama, a percepcija lokalnog stanovništva ostaje relativno pozitivna u odnosu na prometno opterećenje.

#### 5.7.4. Zadovoljstvo prometom u mjestu

Pokazatelj zadovoljstva prometom u mjestu koristi se za procjenu percepcije lokalnog stanovništva o funkcioniranju prometnog sustava u destinaciji. Prometni sustav obuhvaća različite elemente infrastrukture i organizacije prometa, uključujući protočnost prometnica, dostupnost parkirališta, sigurnost prometa, prometnu signalizaciju i opću organizaciju kretanja vozila i pješaka.

Zadovoljstvo prometom predstavlja važan društveni pokazatelj jer prometna infrastruktura ima značajan utjecaj na svakodnevni život stanovnika, ali i na ukupni doživljaj destinacije za posjetitelje. U turističkim destinacijama povećani promet tijekom vršnih razdoblja može utjecati na percepciju kvalitete prometnog sustava, osobito u područjima s većom koncentracijom posjetitelja.

Podaci za ovaj pokazatelj prikupljaju se putem anketnog istraživanja među stanovnicima destinacije, pri čemu ispitanici ocjenjuju razinu zadovoljstva prometom u mjestu.

Ponuđeni odgovori u anketi su:

- 1 – vrlo nezadovoljan
- 2 – nezadovoljan
- 3 – djelomično nezadovoljan
- 4 – neutralan stav
- 5 – djelomično zadovoljan
- 6 – zadovoljan
- 7 – vrlo zadovoljan

Konačni rezultat pokazatelja izražava se kao udio ispitanika koji su izrazili zadovoljstvo prometom, odnosno udio odgovora u kategorijama djelomično zadovoljan, zadovoljan i vrlo zadovoljan.

Tablica 62. Zadovoljstvo prometom u mjestu destinacije Sv. Marin na Muri

#### 8.4. PH6 Zadovoljstvo prometom u mjestu

| Odgovor | Udio (%) |
|---------|----------|
| 1       | 4        |
| 2       | 12       |
| 3       | 8        |
| 4       | 8        |
| 5       | 24       |
| 6       | 4        |
| 7       | 40       |

|                            |            |
|----------------------------|------------|
| <b>Konačan izračun (%)</b> | <b>44%</b> |
|----------------------------|------------|

Rezultati ankete pokazuju da je 44 % ispitanika zadovoljno prometom u mjestu, što ukazuje na umjerenu razinu zadovoljstva prometnim sustavom među lokalnim stanovništvom.

Dobiveni rezultat sugerira da prometni sustav destinacije funkcionira relativno stabilno, ali istodobno postoji određeni prostor za unapređenje njegove organizacije i kvalitete. Dio stanovnika očito prepoznaje određene izazove povezane s prometom, što može biti povezano s povećanim prometnim opterećenjem tijekom turističke sezone, ograničenim parkirališnim kapacitetima ili drugim elementima prometne infrastrukture.

Rezultati ovog pokazatelja treba promatrati u kontekstu prethodnih pokazatelja prometne infrastrukture. Analiza kapaciteta prometne mreže (8.1) pokazuje da prometnice raspolažu određenom rezervom kapaciteta, dok pokazatelj iskorištenosti parkirališta (8.2) ukazuje na vrlo visoku popunjenost parkirališnih mjesta tijekom turističke sezone. Upravo parkiranje može predstavljati jedan od ključnih čimbenika koji utječe na percepciju kvalitete prometnog sustava među stanovnicima.

Umjerena razina zadovoljstva prometom također može odražavati činjenicu da prometni sustav funkcionira bez većih zastoja ili kritičnih problema, ali istodobno ne pruža potpuno optimalno prometno iskustvo za sve korisnike.

U kontekstu upravljanja destinacijom, dobiveni rezultati ukazuju na važnost kontinuiranog unapređenja prometne infrastrukture i organizacije prometa, osobito u razdobljima povećanog turističkog prometa. To može uključivati poboljšanje sustava upravljanja parkiranjem, razvoj alternativnih oblika mobilnosti te daljnje unapređenje prometne signalizacije i regulacije prometa.

Sveukupno gledano, rezultati pokazuju da prometni sustav destinacije funkcionira na zadovoljavajućoj razini, ali istodobno postoji prostor za daljnje poboljšanje njegove učinkovitosti i prilagodbu rastu turističkog prometa.

## 5.8. Stanovništvo i kvaliteta života

### 5.8.1. Kretanje broja stanovnika u (posljednjem) desetogodišnjem razdoblju

Pokazatelj kretanja broja stanovnika u posljednjem desetogodišnjem razdoblju koristi se za analizu demografskih promjena na području destinacije. Demografska kretanja predstavljaju važan element procjene dugoročnog razvoja prostora jer promjene u broju stanovnika utječu na potrebe za stanovanjem, infrastrukturom, javnim uslugama i gospodarskim aktivnostima, uključujući turizam.

Analiza ovog pokazatelja temelji se na usporedbi podataka o broju stanovnika iz posljednja dva popisa stanovništva te procjena stanovništva za najnovije razdoblje. Time se omogućuje uvid u trendove rasta ili smanjenja broja stanovnika na području destinacije.

Pokazatelj se može izraziti kao postotna promjena broja stanovnika između dva promatrana razdoblja, prema sljedećoj formuli:

$$\text{Promjena broja stanovnika (\%)} = \frac{\text{broj stanovnika u novijem razdoblju} - \text{broj stanovnika u početnom razdoblju}}{\text{broj stanovnika u početnom razdoblju}} \times 100$$

Dobivena vrijednost pokazuje intenzitet demografskih promjena, odnosno povećava li se ili smanjuje broj stanovnika u destinaciji.

Tablica 63. Kretanje broja stanovnika u (posljednjem) desetogodišnjem razdoblju destinacije Sv. Marin na Muri

#### 9.1. Kretanje broja stanovnika u (posljednjem) desetogodišnjem razdoblju

| PODATAK                     | 2011 | 2021 | 2024<br>(procjena) | IZVOR                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----------------------------|------|------|--------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Broj stanovnika destinacije | 2605 | 2391 | 2365               | Državni zavod za statistiku – Popis stanovništva, kućanstva i stanova; prirodno kretanje stanovništva; migracije stanovništva; procjena stanovništva na razini jedinice lokalne samouprave<br><a href="https://podaci.dzs.hr/hr/podaci/stanovnistvo/">https://podaci.dzs.hr/hr/podaci/stanovnistvo/</a> |

Rezultati analize pokazuju postupno smanjenje broja stanovnika u promatranom desetogodišnjem razdoblju. Broj stanovnika destinacije smanjio se s 2.625 stanovnika prema popisu iz 2011. godine na 2.371 stanovnika prema popisu iz 2021. godine.

Takav trend odražava šire demografske procese koji su prisutni u mnogim dijelovima Hrvatske, uključujući negativne prirodne promjene, starenje stanovništva i migracije prema većim urbanim središtima ili inozemstvu.

Smanjenje broja stanovnika može imati različite posljedice za razvoj destinacije. S jedne strane, manji broj stanovnika može smanjiti pritisak na infrastrukturu i javne usluge, dok s druge strane može utjecati na smanjenje raspoložive radne snage i gospodarskih aktivnosti.

U kontekstu razvoja turizma, ovakav demografski trend može predstavljati i određenu priliku jer turističke aktivnosti mogu doprinijeti jačanju lokalnog gospodarstva i stvaranju novih radnih mjesta, čime se potencijalno može ublažiti negativni utjecaj demografskog pada.

Sveukupno gledano, rezultati analize ukazuju na zaključak da destinacija bilježi umjeren pad broja stanovnika u posljednjem desetljeću, što naglašava važnost planiranja razvoja prostora i gospodarskih aktivnosti na način koji može pridonijeti zadržavanju stanovništva i dugoročnoj održivosti lokalne zajednice.

### 5.8.2. Iritacija gužvom i specifično gužvama na ulicama/javnim površinama

Pokazatelj iritacije gužvom na ulicama i javnim površinama koristi se za procjenu percepcije lokalnog stanovništva o utjecaju turističkog prometa na korištenje javnog prostora u destinaciji. U turističkim destinacijama povećani broj posjetitelja može dovesti do većeg intenziteta korištenja javnih površina, osobito u središnjim dijelovima naselja, na trgovima, šetnicama, ulicama i u blizini turističkih atrakcija.

Ovaj pokazatelj predstavlja važan element procjene društvenog prihvatnog kapaciteta destinacije, jer percepcija gužvi može utjecati na kvalitetu svakodnevnog života lokalnog stanovništva i na njihov stav prema turističkom razvoju.

Podaci za ovaj pokazatelj prikupljaju se putem anketnog istraživanja među stanovnicima destinacije, pri čemu ispitanici ocjenjuju u kojoj mjeri gužve na javnim površinama predstavljaju problem.

U anketi su ponuđeni sljedeći odgovori:

- 1 – gužve predstavljaju veliki problem
- 2 – gužve predstavljaju manji problem
- 3 – gužve predstavljaju vrlo mali problem
- 4 – gužve uopće ne predstavljaju problem

Konačni rezultat pokazatelja izražava se kao udio ispitanika koji gužve ocjenjuju kao veliki problem, odnosno udio odgovora u kategoriji 1.

Tablica 64. Iritacija gužvom i specifično gužvama na ulicama/javnim površinama destinacije Sv. Marin na Muri

#### 9.2 Udio lokalnog stanovništva uznemirenog gužvama na javnim površinama (1 = veliki problem)

| Odgovor                    | Udio (%)     |
|----------------------------|--------------|
| 1*                         | 5,88         |
| 2*                         | 27,94        |
| 3*                         | 63,24        |
| 4*                         | 2,94         |
| <b>Konačan izračun (%)</b> | <b>5,88%</b> |

Rezultati ankete pokazuju da 5,88 % ispitanika smatra gužve na javnim površinama velikim problemom u destinaciji. Ovakav rezultat ukazuje na relativno nizak stupanj nezadovoljstva lokalnog stanovništva povezan s gužvama u javnom prostoru.

Najveći udio ispitanika, 63,24 %, smatra da gužve predstavljaju vrlo mali problem, dok 27,94 % ispitanika gužve percipira kao manji problem. Samo mali dio stanovništva smatra da gužve značajno utječu na svakodnevno korištenje javnog prostora.

Ovakva raspodjela odgovora sugerira da turistički promet zasad ne uzrokuje značajnu prenapučenost javnih prostora, niti stvara izražen osjećaj nelagode ili ograničenja u korištenju prostora među lokalnim stanovništvom.

Relativno nizak udio negativnih percepcija upućuje na zaključak da destinacija trenutno uspijeva održati dobru ravnotežu između turističkih aktivnosti i svakodnevnog života lokalne zajednice. Turistički promet očito nije dosegao razinu koja bi značajno utjecala na kvalitetu korištenja javnih površina.

U kontekstu upravljanja destinacijom, ovaj rezultat predstavlja pozitivan pokazatelj jer sugerira da turistički razvoj zasad ne uzrokuje izražene probleme prenapučenosti javnog prostora. Ipak, s obzirom na mogućnost

daljnjeg rasta turističkog prometa, preporučuje se nastaviti sustavno praćenje ovog pokazatelja kako bi se pravodobno uočile eventualne promjene u percepciji stanovnika.

Sveukupno gledano, dobiveni rezultati ukazuju na zaključak da gužve na javnim površinama trenutno ne predstavljaju značajan ograničavajući čimbenik u prihvatnom kapacitetu destinacije.

### 5.8.3. Indeks priuštivosti stana (na razini destinacije)

Pokazatelj indeksa priuštivosti stanovanja koristi se za procjenu odnosa između cijena nekretnina i financijskih mogućnosti stanovništva u destinaciji. Ovaj pokazatelj predstavlja važan element procjene društvenog prihvatnog kapaciteta turizma jer rast turističke aktivnosti može utjecati na povećanje potražnje za nekretninama, što posljedično može dovesti do rasta cijena stanova i smanjenja njihove dostupnosti za lokalno stanovništvo.

Indeks priuštivosti stanovanja najčešće se definira kao omjer prosječne cijene stana i prosječnog godišnjeg dohotka kućanstva. Time se procjenjuje koliko je godina prosječnog dohotka potrebno za kupnju stana određene površine.

Pokazatelj se može izraziti sljedećom formulom:

$$\text{Indeks priuštivosti stanovanja} = \frac{\text{prosječna cijena stana}}{\text{prosječni godišnji dohodak kućanstva}}$$

Dobivena vrijednost pokazuje koliko je stanovanje dostupno stanovništvu. Niže vrijednosti indeksa ukazuju na veću dostupnost stanovanja, dok više vrijednosti upućuju na smanjenu priuštivost i potencijalne probleme na tržištu nekretnina.

Podaci za izračun ovog pokazatelja preuzimaju se iz službenih analiza tržišta nekretnina, poput izvješća “Pregled tržišta nekretnina Republike Hrvatske” Ministarstva prostornoga uređenja, graditeljstva i državne imovine, u suradnji s Ekonomskim institutom u Zagrebu.

Tablica 65. Indeks priuštivosti stana destinacije Sv. Marin na Muri

#### 9.3. Indeks priuštivosti stana (na razini destinacije)

| PODATAK                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 2020        | 2021        | 2022        | 2023        | 2024        |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Pregled tržišta nekretnina Republike Hrvatske 2023, Ministarstvo prostornoga uređenja, graditeljstva i državne imovine i Ekonomski institut Zagreb,<br><a href="https://mpgi.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/stambeno/Pregled-trzista-nekretnina-2023.pdf">https://mpgi.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/stambeno/Pregled-trzista-nekretnina-2023.pdf</a> | 7,7         | 7,7         | 7,9         | 8,1         | 8,2         |
| <b>REZULTAT</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <b>7,70</b> | <b>7,70</b> | <b>7,90</b> | <b>8,10</b> | <b>8,20</b> |

Rezultati pokazatelja ukazuju na postupno smanjenje priuštivosti stanovanja tijekom promatranog razdoblja. Vrijednost indeksa povećala se s 7,70 u 2020. i 2021. godini na 8,20 u 2024. godini.

Rast vrijednosti indeksa znači da je za kupnju stana potrebno sve više godišnjih dohodaka kućanstva, što upućuje na postupno pogoršanje dostupnosti stanovanja. Ovakav trend odražava šire promjene na tržištu nekretnina u Republici Hrvatskoj, gdje posljednjih godina dolazi do rasta cijena stambenih nekretnina.

U kontekstu turističkog razvoja, rast indeksa priuštivosti stanovanja može biti djelomično povezan s povećanom potražnjom za nekretninama u destinacijama koje razvijaju turističku ponudu. Nekretnine u

takvim područjima često postaju zanimljive za investicije, kupnju kuća za odmor ili turistički najam, što može dodatno utjecati na rast cijena.

Unatoč uočenom rastu vrijednosti indeksa, promjena u promatranom razdoblju relativno je umjerena. Povećanje s 7,70 na 8,20 ukazuje na postupan, ali ne nagao rast cijena nekretnina u odnosu na dohotke stanovništva. Takav trend zasad ne upućuje na izrazite poremećaje na tržištu stanovanja, ali ukazuje na potrebu za kontinuiranim praćenjem dostupnosti stanovanja u destinaciji.

U kontekstu upravljanja turističkim razvojem, ovaj pokazatelj predstavlja važan instrument za praćenje mogućih dugoročnih utjecaja turizma na tržište nekretnina. Sustavno praćenje indeksa priuštivosti stanovanja omogućuje pravodobno prepoznavanje trendova koji bi mogli utjecati na dostupnost stanovanja za lokalno stanovništvo i na društvenu održivost turističkog razvoja.

Sveukupno gledano, dobiveni rezultati ukazuju na zaključak da dostupnost stanovanja u destinaciji pokazuje trend postupnog smanjenja, ali trenutačno ne ukazuje na izražene poremećaje koji bi bili izravno povezani s razvojem turizma.

## 5.9. Zaposlenost, gospodarstvo i važnost turizma

### 5.9.1. Raspoloživost dodatne radne snage (stopa nezaposlenosti; broj izdanih radnih dozvola po mjesecima)

Pokazatelj raspoloživosti dodatne radne snage koristi se za procjenu kapaciteta lokalnog tržišta rada da odgovori na potrebe turističkog sektora. Turizam je radno intenzivna djelatnost koja u razdobljima povećanog turističkog prometa zahtijeva dodatnu radnu snagu u različitim sektorima, osobito u ugostiteljstvu, smještajnim objektima, trgovini, prijevozu i drugim uslužnim djelatnostima.

Ovaj pokazatelj analizira potencijal dostupne radne snage u destinaciji, uzimajući u obzir dva ključna elementa:

stopu nezaposlenosti, odnosno broj nezaposlenih osoba koje bi potencijalno mogle biti uključene u turističke aktivnosti

broj izdanih radnih dozvola za strane radnike, koji ukazuje na potrebu za dodatnom radnom snagom izvan lokalnog tržišta rada

Podaci za ovaj pokazatelj temelje se na službenim evidencijama Hrvatskog zavoda za zapošljavanje (HZZ) i nadležnih tijela za izdavanje dozvola za boravak i rad stranih državljana.

Analiza kretanja broja nezaposlenih osoba i broja izdanih radnih dozvola omogućuje procjenu postoji li dovoljno raspoložive radne snage za potrebe turističkog sektora ili se taj nedostatak nadoknađuje zapošljavanjem stranih radnika.

Tablica 66. Raspoloživost dodatne radne snage destinacije Sv. Marin na Muri

#### 10.1. Raspoloživost dodatne radne snage (stopa nezaposlenosti; broj izdanih radnih dozvola po mjesecima)

| PODATAK           | 2020  | 2021  | 2022  | 2023  | 2024  |
|-------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Broj nezaposlenih | 60-80 | 55-75 | 46-65 | 40-60 | 35-55 |

Rezultati pokazatelja ukazuju na postupno smanjenje raspoloživosti lokalne radne snage tijekom promatranog razdoblja. Broj nezaposlenih osoba u destinaciji kreće se u relativno niskom rasponu od približno 35 do 55 osoba, što upućuje na relativno ograničen potencijal dodatne radne snage na lokalnom tržištu rada.

Istodobno, podaci o izdanim radnim dozvolama za strane radnike pokazuju da se dio potreba za radnom snagom u turističkom sektoru nadoknađuje zapošljavanjem radnika iz drugih zemalja. Takav trend sve je izraženiji u turističkim destinacijama s razvijenim sektorom usluga, gdje rast turističkog prometa stvara dodatnu potražnju za radnom snagom koju lokalno tržište rada ne može u potpunosti zadovoljiti.

Relativno nizak broj nezaposlenih osoba može se promatrati kao pozitivan pokazatelj gospodarske aktivnosti i stabilnosti tržišta rada, ali istodobno može predstavljati izazov za sektore koji ovise o sezonskom zapošljavanju, poput turizma i ugostiteljstva.

U kontekstu upravljanja turističkim razvojem, dobiveni rezultati upućuju na zaključak da daljnji rast turističkog prometa može povećati potrebu za dodatnom radnom snagom, osobito tijekom vršnih razdoblja turističke sezone. U takvim okolnostima sve važniju ulogu mogu imati radnici iz drugih regija ili strani radnici koji privremeno dolaze raditi u turističkom sektoru.

Sveukupno gledano, pokazatelj sugerira da lokalno tržište rada trenutno raspolaže ograničenim rezervama radne snage, zbog čega daljnji razvoj turizma može zahtijevati dodatne mjere u području upravljanja ljudskim resursima, uključujući obrazovanje i osposobljavanje radne snage, privlačenje radnika iz drugih područja te unapređenje uvjeta rada u turističkom sektoru.

#### 5.10. Procjena dostignute razine prihvatnog kapaciteta analiza scenarija

Procjena dostignute razine prihvatnog kapaciteta destinacije Sveti Martin na Muri temelji se na sveobuhvatnoj analizi prostornih, infrastrukturnih, društvenih i ekonomskih pokazatelja definiranih u Planu upravljanja destinacijom. U tom kontekstu, prihvatni kapacitet ne promatra se isključivo kao numerička granica broja posjetitelja, već kao dinamičan odnos između intenziteta turističkih aktivnosti i sposobnosti prostora da očuva svoju funkcionalnost, identitet i kvalitetu života lokalne zajednice.

Analiza pokazuje da se destinacija trenutno nalazi u fazi stabilnog i kontroliranog turističkog razvoja. Razina turističkog opterećenja nije takva da uzrokuje značajne negativne učinke, no istovremeno su prisutni određeni indikatori koji upućuju na potrebu sustavnijeg upravljanja budućim rastom.

U segmentu smještajnih kapaciteta vidljiva je relativno uravnotežena struktura koja predstavlja jednu od ključnih snaga destinacije. Hotelski sektor, predvođen Termama Sveti Martin, osigurava stabilnu osnovu višednevnog boravka i kvalitetnije potrošnje, dok privatni smještaj i ostali ugostiteljski objekti doprinose fleksibilnosti ponude i prilagodbi različitim tržišnim segmentima. Upravo takva kombinacija omogućuje izbjegavanje ekstremne apartmanizacije, što je čest problem u turistički intenzivnijim destinacijama.

S druge strane, turistička potražnja pokazuje određenu razinu koncentracije, osobito u vršnim razdobljima i na ključnim lokacijama kao što su termalni kompleks, područje uz rijeku Muru te zone manifestacija. Iako takva koncentracija još uvijek ne prelazi granice prihvatljivog, ona predstavlja jasan signal potencijalnog budućeg pritiska na prostor i infrastrukturu ako se razvoj ne bude pažljivo usmjeravao.

Prostorni aspekti dodatno potvrđuju relativno povoljno stanje. Velik udio prirodnih i ruralnih površina, očuvan krajobraz te disperzija turističkih sadržaja omogućuju ravnotežu između korištenja prostora i njegove zaštite. Međutim, određeni trendovi, poput postupne prenamjene stambenih objekata u turističke svrhe ili širenja vikend zona, ukazuju na potrebu preventivnog djelovanja kako bi se očuvala dugoročna održivost prostora.

Komunalna i prometna infrastruktura zasad uspješno odgovaraju na potrebe destinacije, ali njihova otpornost na vršna opterećenja nije neograničena. Tijekom intenzivnijih turističkih razdoblja dolazi do povećanog pritiska na sustave odvodnje, gospodarenja otpadom i prometne dostupnosti, osobito na lokalnim prometnicama i u zonama s većom koncentracijom posjetitelja. To jasno upućuje na činjenicu da

se prihvatni kapacitet ne smije promatrati statično, već kroz prizmu sezonskih oscilacija i lokalnih specifičnosti.

Posebno je važno istaknuti društvenu dimenziju, koja u ovom trenutku predstavlja jednu od najstabilnijih komponenti sustava. Turizam se u pravilu percipira kao pozitivan faktor razvoja, a razina konflikta između lokalnog stanovništva i turističkih aktivnosti je niska. Upravo taj element predstavlja važan kapital destinacije, ali i obvezu da se daljnji razvoj vodi na način koji neće narušiti postojeću ravnotežu.

Zaključno, može se utvrditi da se Sveti Martin na Muri nalazi u fazi održivog, ali osjetljivog rasta. Destinacija još uvijek raspolaže određenim slobodnim kapacitetom za razvoj, no istovremeno ulazi u razdoblje u kojem je ključno uspostaviti jasne mehanizme upravljanja kako bi se spriječili negativni učinci nekontroliranog rasta.

#### 5.11. Analiza scenarija

Razvoj destinacije u narednom razdoblju moguće je promatrati kroz nekoliko scenarija koji proizlaze iz različitih pristupa upravljanju turističkim razvojem. Svaki od njih nosi specifične implikacije na prihvatni kapacitet i dugoročnu održivost.

Prvi, ujedno i najpoželjniji scenarij, odnosi se na kontrolirani i strateški vođen razvoj. U takvom modelu naglasak se stavlja na kvalitetu turističke ponude, povećanje vrijednosti po gostu te ravnomjernu prostornu i vremensku raspodjelu turističkih tokova. Razvoj se temelji na selektivnim oblicima turizma – poput wellnesa, eno-gastronomije i aktivnog odmora – koji prirodno generiraju dulji boravak i manji pritisak na prostor. Posljedice ovakvog pristupa uključuju očuvanje prirodnih resursa, stabilan rast prihoda te jačanje identiteta destinacije kao održive i kvalitetne turističke regije.

Drugi scenarij podrazumijeva intenzivan rast bez adekvatnog upravljanja. Takav razvoj može biti potaknut povećanim interesom investitora, širenjem privatnog smještaja i rastom jednodnevnih posjeta. Iako bi kratkoročno mogao rezultirati povećanjem turističkog prometa, dugoročno bi doveo do niza negativnih posljedica. Među njima se posebno ističu povećani pritisak na komunalnu infrastrukturu, degradacija prostora uz rijeku Muru, smanjenje kvalitete boravka te postupno narušavanje percepcije destinacije. Upravo ovakav scenarij predstavlja najveći rizik za Sveti Martin na Muri.

Treći scenarij odnosi se na stagnaciju razvoja, odnosno situaciju u kojoj se destinacija ne prilagođava novim trendovima i ne razvija nove proizvode. Takav pristup može dovesti do gubitka konkurentnosti, smanjenja interesa tržišta i prevelike ovisnosti o postojećim ključnim nositeljima ponude, prije svega termalnom turizmu. Iako ovaj scenarij ne generira izravne pritiske na prihvatni kapacitet, dugoročno je nepovoljan s aspekta ekonomskog razvoja.

Sagledavajući sve navedeno, jasno je da optimalan razvojni smjer predstavlja kontrolirani scenarij koji kombinira umjereni rast s aktivnim upravljanjem resursima i turističkim tokovima.

#### 5.12. Zaključak i preporuke

Analiza prihvatnog kapaciteta i razvojnih scenarija ukazuje na nekoliko ključnih zaključaka. Destinacija Sveti Martin na Muri trenutno nije preopterećena te raspolaže određenim prostorom za daljnji razvoj. Istovremeno, postoje jasni signali da bi nekontrolirani rast mogao dovesti do negativnih posljedica, osobito u segmentima infrastrukture, prostora i kvalitete života lokalnog stanovništva.

U tom kontekstu, budući razvoj destinacije treba se temeljiti na pažljivo uravnoteženom pristupu koji uključuje:

- usmjeravanje razvoja smještajnih kapaciteta prema kvalitetnijim i diferenciranim oblicima ponude, uz ograničavanje nekontroliranog širenja privatnog smještaja
- zaštitu prostora, osobito osjetljivih prirodnih zona uz rijeku Muru, kroz jasne prostorne i planske mehanizme
- razvoj novih turističkih sadržaja izvan glavnih točaka kako bi se smanjila koncentracija posjetitelja i potaknula disperzija turističkih tokova
- kontinuirano ulaganje u komunalnu i prometnu infrastrukturu, s naglaskom na povećanje otpornosti sustava u vršnim razdobljima
- uvođenje sustava za praćenje i upravljanje posjetiteljskim tokovima, uključujući digitalna rješenja i analitičke alate
- povećanje vrijednosti po gostu kroz razvoj proizvoda koji potiču dulji boravak, veću potrošnju i višu razinu kvalitete usluge

Završno, može se zaključiti kako Sveti Martin na Muri ima sve preduvjete za daljnji razvoj kao održiva i konkurentna destinacija. Ključ uspjeha neće biti u povećanju broja turista, već u sposobnosti destinacije da upravlja njihovim utjecajem, očuva vlastite resurse i istovremeno unaprijedi kvalitetu turističkog doživljaja i života lokalne zajednice.

## 6. Razvojni smjer s mjerama i aktivnostima potrebnim za njegovo ostvarenje

### 6.1. SWOT analiza

| SNAGE (S)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | SLABOSTI (W)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Izrazito očuvan i kultiviran krajolik koji doprinosi atraktivnosti destinacije.</li> <li>- Visoka biološka raznolikost te prepoznatljiv UNESCO-zaštićeni riječni krajolik.</li> <li>- Povoljan geografski položaj i blizina emitivnih tržišta, uz odličnu prometnu dostupnost.</li> <li>- Dobra razina komunalne infrastrukture i odgovorno upravljanje okolišem.</li> <li>- Razvijeno malo i srednje poduzetništvo, osobito u turizmu i ugostiteljstvu.</li> <li>- Aktivne udruge i snažno civilno društvo koje podupire održivi razvoj.</li> <li>- Bogata kulturna i nematerijalna baština (međimurska popevka, eno-gastro ponuda, tradicijski obrti).</li> <li>- Razvijena mreža biciklističkih staza i vinska cesta s jakim brendiranjem.</li> <li>- Kvalitetna wellness i sportska infrastruktura, kao i sadržaji za aktivni turizam.</li> <li>- Pozitivno poduzetničko okruženje te prepoznatljiv identitet regije.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nedostatna ponuda smještaja više kategorije (4 i 5*), što ograničava privlačenje zahtjevnijih gostiju.</li> <li>- Slabija koordinacija i komunikacija između javnog sektora i privatnih dionika.</li> <li>- Ograničena ulaganja u infrastrukturu i inovativne turističke proizvode.</li> <li>- Nedovoljna povezanost obrazovnih institucija i turističke industrije.</li> <li>- Pojava prekomjerne urbanizacije i gubitka krajobrazne prepoznatljivosti.</li> <li>- Nedostatak kadrovskih i financijskih kapaciteta na razini jedinica lokalne samouprave.</li> <li>- Neiskorišten potencijal kulturne, glazbene i romske baštine.</li> <li>- Slaba kultura volontiranja i nedovoljno razvijena svijest o održivosti.</li> <li>- Problem sive ekonomije i zapošljavanja strane radne snage bez kontrole.</li> <li>- Nedovoljna mogućnost financiranja i poticanja razvoja smještaja i turizma iz EU i nacionalnih fondova</li> </ul> |

| PRILIKE (O)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | PRIJETNJE (T)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rast globalnog interesa za održivi, zeleni i regenerativni turizam.</li> <li>- Razvoj zdravstvenog, wellness, agro i eno-gastro turizma kao diferencijacije ponude.</li> <li>- Korištenje EU fondova i nacionalnih programa za održive projekte i digitalnu tranziciju.</li> <li>- Umrežavanje i suradnja s prekograničnim destinacijama te zajednički razvoj ruta.</li> <li>- Jačanje brendiranja Međimurja kao autentične destinacije s bogatom tradicijom i gastronomijom.</li> <li>- Ulaganja u inovacije (digitalni alati, pametne destinacije, održiva mobilnost).</li> <li>- Razvoj cjelogodišnjeg turizma kroz sportske i kulturne manifestacije.</li> <li>- Povećanje interesa domaćih i inozemnih gostiju za boravak u prirodi i aktivni odmor.</li> <li>- Poticati mogućnosti financiranja razvoja smještaja i turizma iz EU i nacionalnih fondova</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Negativni demografski trendovi i odljev radne snage.</li> <li>- Nedostatak kvalificiranih kadrova u turizmu i ugostiteljstvu.</li> <li>- Rizici klimatskih promjena koji mogu utjecati na poljoprivredu i prirodne resurse.</li> <li>- Pritisak urbanizacije i mogućnost narušavanja autentičnosti prostora.</li> <li>- Ovisnost o vanjskim tržištima i osjetljivost na globalne krize.</li> <li>- Slaba vidljivost na međunarodnom tržištu u usporedbi s jadranskim destinacijama.</li> <li>- Nedovoljna ulaganja u kapitalne projekte od strateške važnosti.</li> <li>- Moguć porast konkurencije drugih kontinentalnih destinacija koje se brže prilagođavaju trendovima.</li> </ul> |

## 6.2. Identificiranje općih načela i ciljeva turizma

Razvoj turizma u Međimurju temelji se na održivom, odgovornom i kvalitetnom upravljanju destinacijom. Polazi se od načela koja osiguravaju ravnotežu između gospodarskih koristi, očuvanja resursa i kvalitete života lokalne zajednice. Načela su definirana u skladu s zakonodavnim okvirom za upravljanje razvojem turizma u smjeru održivosti, regionalnim karakteristikama i dugoročnom vizijom održivog turizma, a konačno određenje definirano je Općim načelima definiranim u Planu upravljanja održivom destinacijom Međimurske županije kako bi se uskladilo u najvećoj mogućoj mjeri postupanje s regionalnom Turističkom zajednicom.

### 1. Održivost i holističko upravljanje destinacijom

Turizam u Međimurju razvija se planski i odgovorno, uz jasno definirane nadležnosti, međusektorsku suradnju i uključivanje svih dionika — javnog sektora, gospodarstva, lokalne zajednice i civilnog društva. Odluke se donose na temelju podataka i dugoročne vizije, uz transparentno upravljanje resursima i redovito praćenje učinaka turizma na prostor, okoliš i društvo.

### 2. Kvaliteta doživljaja kroz očuvanje prirodne i kulturne baštine

Prirodne vrijednosti, krajolik, bioraznolikost i kulturna baština predstavljaju temelj identiteta Međimurja. Svi aspekti turističkog razvoja moraju doprinositi njihovoj zaštiti, održivom korištenju i kvalitetnoj interpretaciji. Razvoj se usmjerava na autentične, edukativne i sadržajno bogate proizvode koji podižu ukupnu kvalitetu boravka i doživljaja posjetitelja, bez komercijalizacije ili narušavanja autentičnosti.

### 3. Pristupačnost i društvena uključenost

Turizam mora biti inkluzivan i dostupan svima — lokalnoj zajednici, posjetiteljima, osobama s invaliditetom i ranjivim skupinama. Lokalni stanovnici trebaju imati aktivnu ulogu u planiranju razvoja i ostvarivati stvarne koristi od turizma: nova radna mjesta, potporu lokalnom gospodarstvu i očuvanje kulturnog identiteta. Ravnopravnost, socijalna osjetljivost i participativno upravljanje ključni su elementi.

### 4. Zadovoljstvo stanovnika i posjetitelja

U Međimurju se turizam razvija „u korist ljudi“. Cilj je stvarati ravnotežu između potreba lokalne zajednice i očekivanja posjetitelja. Pozitivan turistički doživljaj, dobrobit stanovnika, harmoničan suživot turizma i svakodnevica te jačanje ponosa lokalnog stanovništva smatraju se preduvjetom dugoročno uspješne destinacije.

### 5. Sigurnost, klimatska otpornost i odgovorno upravljanje resursima

Destinacija se razvija uz poštovanje granica nosivosti prostora te odgovorno korištenje prirodnih resursa — vode, energije, tla i zraka. Naglasak je na kružnom gospodarstvu, smanjenju otpada i emisija, energetske učinkovitosti i korištenju obnovljivih izvora energije. Turistička infrastruktura i usluge moraju biti sigurne, pouzdane i otporne na klimatske promjene, čime se osigurava dugoročna stabilnost i sigurnost posjetitelja i stanovnika.

## **6. Transparentnost, praćenje i kontinuirano poboljšanje kvalitete**

Održivost se promatra kao proces koji zahtijeva stalno praćenje, evaluaciju i prilagodbu. LTZ Međimurske županije uvodi jasne pokazatelje održivosti, transparentno komunicira rezultate i usklađuje se s međunarodnim standardima (GSTC, ETIS) i nacionalnim smjernicama. Kontinuirano unaprjeđenje kvalitete ključ je konkurentnosti i dugoročne održivosti destinacije.

### 6.3. Oblikovanje strateškog pravca i prioriteta

Strateški pristup razvoju turizma u Međimurju temelji se na postavljenim općim načelima održivosti, kvalitete, pristupačnosti, zadovoljstva i sigurnosti. Cilj je izgraditi konkurentnu, diferenciranu i cjelogodišnju destinaciju koja koristi svoje specifične resurse — prirodne, kulturne i društvene — kako bi povećala vrijednost turizma, unaprijedila kvalitetu života lokalne zajednice i ojačala prepoznatljivost na ciljnim tržištima.

Strateški pravac razvoja destinacije

Međimurje se strateški usmjerava prema razvoju održive, kvalitetne i doživljajne destinacije, s naglaskom na:

- cjelogodišnju ponudu i smanjenje sezonalnosti,
- povećanje ekonomske vrijednosti turizma, a ne volumena,
- razvoj autentičnih proizvoda temeljenih na prirodnim, kulturnim i eno-gastro resursima,
- povećanje kvalitete smještaja i usluga,
- digitalnu transformaciju i podizanje organizacijskih kapaciteta,
- jačanje prepoznatljivosti Međimurja kao održive i inovativne destinacije.

Ključ je u stvaranju jedinstvenog identiteta koji povezuje prirodu, aktivni odmor, gastronomiju, kulturnu baštinu i brigu o okolišu – elemente po kojima se Međimurje može autentično razlikovati od ostalih destinacija.

Strateški prioriteti razvoja turizma LTZ Međimurske županije

#### 1. Smanjenje sezonalnosti i razvoj cjelogodišnjih proizvoda

- jačanje turističkih proizvoda koji omogućuju posjete tijekom cijele godine (wellness, aktivni odmor, kultura, manifestacije, Eno gastro doživljaji, eko i outdoor turizam)
- razvoj tematskih događanja u periodima slabije posjećenosti
- bolja koordinacija ponude između turističkih subjekata, atrakcija i destinacijske organizacije

Cilj: ravnomjernija raspodjela turističkog prometa, stabilniji prihodi i veća održivost.

#### 2. Podizanje vrijednosti turizma (više potrošnje po osobi, duži boravak)

- razvoj doživljajnih i visoko specijaliziranih proizvoda (npr. boutique eno-gastro ture, craft ponuda, personalizirane aktivnosti u prirodi)
- unapređenje interpretacije atrakcija i podizanje kvalitete usluge
- razvoj itinerera i paketa koji potiču dulji boravak i veću potrošnju
- unapređenje infrastrukture i ponude u destinaciji (biciklistička infrastruktura, interpretacijski centri, gastro i kulturni sadržaji)

Cilj: povećanje ekonomske koristi bez povećanja volumena posjetitelja.

#### 3. Unapređenje strukture i kvalitete smještaja i usluga

- poticanje ulaganja u smještaj više kvalitete (boutique objekti, tematski smještaj, održivi smještaj)
- razvoj standarda održivosti za smještaj i usluge
- podizanje razine profesionalnosti pružatelja usluga
- poticanje inovacija (digitalna rješenja, pametna destinacija, energetska učinkovitost)

Cilj: povećanje konkurentnosti i standarda boravka u destinaciji.

#### 4. Aktivacija neiskorištenih posebnosti i razvoj novih turističkih proizvoda

- valorizacija specifičnih resursa (rijeke Mure i Drave, Međimurska priroda, vinske regije, arheološka i povijesna baština, tradicionalni obrti, lokalna gastronomija)
- razvoj novih usluga koje nadograđuju postojeći doživljaj (interpretacijski programi, edukativne ture, craft radionice, autentični lokalni proizvodi)
- bolje povezivanje atrakcija u koherentne tematske cjeline (npr. vinske rute, prirodne rute, cikloturistički klasteri)

Cilj: stvaranje jedinstvenih, diferenciranih proizvoda koji ističu identitet Međimurja.

#### 5. Jačanje kapaciteta, organizacije i kompetencija dionika

- edukacije za pružatelje usluga, menadžment destinacije i OPG-ove
- profesionalizacija destinacijskog upravljanja
- jačanje suradnje između turističkih subjekata, lokalne samouprave i zajednice
- razvoj sustava kvalitete i standardizacije
- komunikacija i transparentno praćenje učinaka turizma

Cilj: stvaranje profesionalnog i kohezivnog sustava koji efikasno upravlja turizmom.

#### 6. Fokus na ciljna tržišta i prilagodba trendovima

- analiza postojećih i budućih tržišta (domaće, regionalno, Centralna Europa)
- prepoznavanje trendova poput održivog putovanja, aktivnog odmora, digitalnih nomada, slow travel-a, wellbeinga
- precizniji odabir segmenata visokog potencijala (npr. outdoor putnici, ljubitelji gastronomije, obitelji, višednevni aktivni putnici)
- usklađivanje postojećih i budućih turističkih proizvoda s potrebama tih tržišta
- jačanje brenda i prepoznatljivosti destinacije kroz kvalitetne marketinške kampanje i storytelling

Cilj: veća učinkovitost promocije i razvoj proizvoda koji imaju stvarnu tržišnu potražnju.

#### 7. Razvoj prepoznatljivosti destinacije (branding)

- definiranje jasnog identiteta Međimurja kao održive, zelene, aktivne i eno-gastro destinacije
- stvaranje narativa (storyline) koji povezuje prirodne, kulturne i društvene elemente
- unaprjeđenje vizualnog identiteta, digitalne prisutnosti i integrirane promocije
- povezivanje proizvoda, događanja i atrakcija u jedinstvenu cjelinu koja gradi imidž destinacije

Cilj: povećanje vidljivosti, privlačnosti i konkurentnosti destinacije na ciljnim tržištima.

## 6.4. Identificiranje ciljeva

### Strateški ciljevi turizma LTZ Međimurske županije

Ciljevi su organizirani prema pet kategorija (ekonomski, kulturološki, ekološki, socijalni, infrastrukturni), uz dodatni cilj brendiranja destinacije. Svaki cilj je usklađen s definiranim prioritetima:

1. Smanjenje sezonalnosti
2. Podizanje vrijednosti i duljine boravka
3. Unaprjeđenje kvalitete smještaja i usluga
4. Aktivacija neiskorištenih posebnosti
5. Jačanje kapaciteta i kompetencija dionika
6. Fokus na ciljna tržišta i trendove
7. Razvoj prepoznatljivosti destinacije

#### 1. 1. Ekonomski cilj – Jačanje lokalne ekonomije kroz održivi i visokovrijedni turizam

Povezanost s prioritetima:

- *P2 – povećanje vrijednosti i duljeg boravka:* Razvoj visoko vrijednih proizvoda povećava potrošnju po posjetitelju.
- *P4 – aktivacija posebnosti:* Lokalni proizvodi i autentične ponude povećavaju ekonomsku korist.
- *P5 – jačanje kapaciteta:* Lokalni poduzetnici bolje koriste ekonomski potencijal turizma.
- *P1 – smanjenje sezonalnosti:* Cjelogodišnji proizvodi stabiliziraju prihode.
- *P6 – fokus na tržišta:* Orijentacija na tržišta više platežne moći povećava ekonomske učinke.

Ciljevi:

- povećati lokalne gospodarske koristi kroz razvoj cjelogodišnjih i vrijednosno orijentiranih proizvoda
- povećati prosječnu potrošnju po posjetitelju te produžiti boravak
- poticati lokalno poduzetništvo, kratke lance opskrbe i OPG-ove
- osigurati rast zapošljavanja i stabilna radna mjesta u turizmu

#### 2. Kulturološki cilj – Očuvanje i aktivacija kulturne materijalne i nematerijalne baštine

Povezanost s prioritetima:

- *P4 – aktivacija posebnosti:* Baština je ključni diferencijacijski element destinacije.
- *P2 – podizanje vrijednosti:* Autentično interpretirana baština povećava vrijednost i potrošnju.
- *P1 – smanjenje sezonalnosti:* Kulturni sadržaji omogućuju cjelogodišnje aktivnosti.
- *P7 – brending:* Baština je temelj identiteta i komunikacije destinacije.

Ciljevi:

- očuvati i održivo koristiti materijalnu i nematerijalnu baštinu
- unaprijediti interpretaciju kroz suvremene, edukativne i autentične modele
- uključiti kulturne institucije i lokalnu zajednicu u kreiranje novih sadržaja
- poticati razvoj kulturnih programa koji doprinose prepoznatljivosti Međimurja

#### 3. Ekološki cilj – Zaštita prirode i razvoj klimatski odgovornog turizma

Povezanost s prioritetima:

- *P4 – aktivacija posebnosti:* Zaštićena priroda (Mura, Drava, Međimurska priroda) temelj je održivih proizvoda.
- *P5 – jačanje kapaciteta:* Edukacije potiču odgovorno ponašanje dionika.
- *P3 – kvaliteta usluga:* Održivost infrastrukture povećava standard ponude.

- *P2 – podizanje vrijednosti*: „Zelene“ destinacije privlače tržišta više platežne moći.
- *P7 – branding*: Održivost je ključna poruka identiteta Međimurja.

#### Ciljevi:

- zaštititi prirodne vrijednosti i bioraznolikost uz odgovorno upravljanje posjetima
- smanjiti ekološki otisak turizma kroz energiju, vodu, otpad i mobilnost
- povećati klimatsku otpornost destinacije i infrastrukture
- poticati korištenje zelene tehnologije i održivih praksi
- provoditi edukaciju posjetitelja i dionika o održivom ponašanju

#### 4. Socijalni cilj – Učinkovito, uključivo i društveno odgovorno upravljanje turizmom

##### Povezanost s prioritetima:

- *P5 – jačanje kapaciteta*: Profesionalizacija sustava i osnaživanje organizacija.
- *P6 – fokus na ciljane tržišta*: Dobro upravljanje omogućuje kvalitetnu tržišnu prilagodbu.
- *P1 – smanjenje sezonalnosti*: Uključivanje zajednice povećava prihvaćenost cjelogodišnje ponude.
- *P7 – branding*: Transparentnost i uključivost jačaju reputaciju destinacije.

#### Ciljevi:

- uspostaviti inkluzivan, transparentan i podatkovno vođen sustav upravljanja turizmom
- osigurati pristupačnost turističke ponude svim skupinama
- povećati zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom
- osnažiti dionike kroz edukacije, suradnju i profesionalizaciju
- pratiti utjecaj turizma na društvo i transparentno komunicirati rezultate

#### 5. Infrastrukturni cilj – Razvoj moderne, kvalitetne i održive infrastrukture

##### Povezanost s prioritetima:

- *P3 – kvaliteta smještaja i usluga*: Infrastruktura je preduvjet za podizanje standarda.
- *P1 – smanjenje sezonalnosti*: Kvalitetna infrastruktura omogućava cjelogodišnje proizvode.
- *P4 – aktivacija posebnosti*: Interpretacijski i rekreacijski sadržaji povećavaju vrijednost atrakcija.
- *P5 – jačanje kapaciteta*: Infrastruktura olakšava profesionalizaciju ponude.
- *P7 – branding*: Suvremena infrastruktura jača percepciju destinacije kao uređene i kvalitetne.

#### Ciljevi:

- unaprijediti prometnu, rekreacijsku, biciklističku i interpretacijsku infrastrukturu
- osigurati infrastrukturnu otpornost na klimatske promjene
- podići razinu digitalne i informacijske infrastrukture za razvoj pametne destinacije
- osigurati standarde sigurnosti i kvalitete za posjetitelje
- poticati zelene investicije i održive tehnologije u turizmu

#### 6. Brend i prepoznatljivost – Osnaživanje pozicije Međimurja kao održive destinacije

##### Povezanost s prioritetima:

- *P7 – razvoj prepoznatljivosti destinacije*: Srž ovog cilja.
- *P6 – fokus na tržišta*: Brend se razvija u skladu s tržišnim prilikama i segmentima.
- *P2 – podizanje vrijednosti*: Snažan brend privlači posjetitelje veće platežne moći.
- *P4 – aktivacija posebnosti*: Priče o baštini, prirodi i lokalnim proizvodima grade identitet.

#### Ciljevi:

- ojačati prepoznatljivost Međimurja kao održive, autentične i zelene destinacije
- razvijati storytelling koji povezuje prirodu, kulturu, gastronomiju i način života
- unaprijediti komunikaciju prema tržištima pomoću jasnog identitetskog narativa
- razviti sustav praćenja i izvještavanja o održivosti kao ključni element brenda
- educirati dionike i posjetitelje o vrijednostima i standardima održivog turizma

## 6.5. Mjere i aktivnosti

### 1. EKONOMSKI CILJ – Jačanje lokalne ekonomije kroz održivi i visokovrijedni turizam

Povezanost s prioritetima:

- P2 – povećanje vrijednosti i duljeg boravka
- P4 – aktivacija posebnosti
- P5 – jačanje kapaciteta
- P1 – smanjenje sezonalnosti
- P6 – fokus na tržišta

Ciljevi ekonomskog cilja:

- povećati lokalne gospodarske koristi kroz razvoj cjelogodišnjih i vrijednosno orijentiranih proizvoda
- povećati prosječnu potrošnju po posjetitelju te produljiti boravak
- poticati lokalno poduzetništvo, kratke lance opskrbe i OPG-ove
- osigurati rast zapošljavanja i stabilna radna mjesta u turizmu

#### Mjera 1.1. Razvoj cjelogodišnjih i visokovrijednih turističkih proizvoda

Svrha: razviti proizvode koji povećavaju potrošnju po posjetitelju, potiču dulji boravak i smanjuju sezonalnost, uz fokus na autentičnost i održivost.

Tablica 67. Mjera 1.1. Razvoj cjelogodišnjih i visokovrijednih turističkih proizvoda

| Aktivnost / projekt                                                                        | Nositelj / partneri                                | Rok provedbe | Pokazatelji                            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|--------------|----------------------------------------|
| Razvoj tematskih višednevnih paketa (eno-gastro, wellness, outdoor, kultura) na razini LTZ | LTZ / TZMŽ, turističke agencije, OPG-ovi, vinarije | 2026.–2028.  | min. 5 novih paketa                    |
| Kreiranje itinerera „3 dana u Međimurju“ za ciljana tržišta                                | LTZ / TZMŽ                                         | 2026.        | 1 definiran itinerer za min. 2 tržišta |

#### Mjera 1.2. Povezivanje turizma i lokalne ekonomije (kratki lanci i lokalni proizvodi)

Svrha: ojačati vezu između turizma i lokalnih proizvođača kroz kratke lance opskrbe i vidljivo pozicioniranje lokalnih proizvoda.

Tablica 68. Mjera 1.2. Povezivanje turizma i lokalne ekonomije (kratki lanci i lokalni proizvodi)

| Aktivnost / projekt                                                            | Nositelj / partneri            | Rok          | Pokazatelji                             |
|--------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|--------------|-----------------------------------------|
| Uspostava ili podrška „Međimurskom regalu“ / lokalnim kornerima s proizvodima  | LTZ / JLS, OPG-ovi, REDEA      | 2026.–2030.  | min. 1 prodajno mjesto u području LTZ   |
| Poticanje ugostitelja na uvođenje lokalnih proizvoda (vino, hrana, suveniri)   | LTZ / ugostitelji, udruge, HGK | svake godine | min. 10 ugostitelja uključenih godišnje |
| Promocija kratkih lanaca opskrbe kroz kampanje „Kupuj lokalno, doživi lokalno“ | LTZ                            | svake godine | min. 2 kampanje godišnje                |

### Mjera 1.3. Poticanje poduzetništva i zapošljavanja u turizmu

Svrha: osigurati uvjete za rast broja poduzetnika i kvalitetnih radnih mjesta u turizmu.

Tablica 69. Mjera 1.3. Poticanje poduzetništva i zapošljavanja u turizmu

| Aktivnost / projekt                                        | Nositelj / partneri | Rok          | Pokazatelji                                  |
|------------------------------------------------------------|---------------------|--------------|----------------------------------------------|
| Promocija deficitarnih zanimanja u turizmu na području LTZ | LTZ / škole, HZZ    | svake godine | rast interesa za upis u turistička zanimanja |

## 2. KULTUROLOŠKI CILJ – Očuvanje i aktivacija kulturne materijalne i nematerijalne baštine

Povezanost s prioritetima:

- P4 – aktivacija posebnosti
- P2 – podizanje vrijednosti
- P1 – smanjenje sezonalnosti
- P7 – branding

Povezanost s ciljevima Plana:

- Povezani sa: CILJ 3

Ciljevi:

- očuvati i održivo koristiti materijalnu i nematerijalnu baštinu
- unaprijediti interpretaciju kroz suvremene, edukativne i autentične modele
- uključiti kulturne institucije i lokalnu zajednicu u kreiranje novih sadržaja
- poticati razvoj kulturnih programa koji doprinose prepoznatljivosti Međimurja

### Mjera 2.1. Razvoj kulturno-turističkih doživljaja

Svrha: pretvoriti baštinu u atraktivne, odgovorne i cjelogodišnje programe.

Tablica 70. Mjera 2.1. Razvoj kulturno-turističkih doživljaja

| Aktivnost                                                                          | Nositelj / partneri                      | Rok          | Pokazatelji                         |
|------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|--------------|-------------------------------------|
| Razvoj tematskih kulturnih ruta (povijesne šetnje, „priče mjesta“, glazba, zanati) | LTZ / KUD-ovi, udruge, agencije          | 2026.–2030.  | min. 3 nove rute                    |
| Uključivanje Međimurske popevke i drugih elemenata u turističke programe           | LTZ / IC Palača Međimurske popevke, TZMŽ | svake godine | min. 3 programa godišnje            |
| Podrška manifestacijama koje čuvaju tradiciju (mini potpore, promocija)            | LTZ / JLS, KUD-ovi, udruge               | svake godine | min. 5 podržanih događanja godišnje |

## 3. EKOLOŠKI CILJ – Zaštita prirode i razvoj klimatski odgovornog turizma

Povezanost s prioritetima:

- P4 – aktivacija posebnosti
- P5 – jačanje kapaciteta
- P3 – kvaliteta usluga
- P2 – podizanje vrijednosti
- P7 – branding

Povezanost s ciljevima Plana:

- Povezani sa: CILJ 2

Ciljevi:

- zaštititi prirodne vrijednosti i bioraznolikost uz odgovorno upravljanje posjetima
- smanjiti ekološki otisak turizma kroz energiju, vodu, otpad i mobilnost
- povećati klimatsku otpornost destinacije i infrastrukture
- poticati korištenje zelene tehnologije i održivih praksi
- provoditi edukaciju posjetitelja i dionika o održivom ponašanju

Mjera 3.1. Edukacija i komunikacija o odgovornom ponašanju u prirodi

Svrha: podići svijest posjetitelja i stanovnika o vrijednosti prirode i pravilima ponašanja.

Tablica 71. Mjera 3.1. Edukacija i komunikacija o odgovornom ponašanju u prirodi

| Aktivnost                                                                  | Nositelj / partneri      | Rok          | Pokazatelji               |
|----------------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------|---------------------------|
| Postavljanje info-tabli o pravilima ponašanja u prirodi                    | LTZ / JLS, JU Priroda    | 2026.–2028.  | min. 10 tabli             |
| Radionice za turističke vodiče i pružatelje usluga o „zelenim“ standardima | LTZ / vanjski stručnjaci | svake godine | min. 1 radionica godišnje |

Mjera 3.2. Podrška održivom upravljanju posjetiteljima u prirodnim područjima

Svrha: smanjiti pritisak na osjetljive prostore i usmjeravati posjete u skladu s nosivošću.

Tablica 72. Mjera 3.2. Podrška održivom upravljanju posjetiteljima u prirodnim područjima

| Aktivnost                                                        | Nositelj / partneri | Rok          | Pokazatelji                   |
|------------------------------------------------------------------|---------------------|--------------|-------------------------------|
| Suradnja s JU Priroda u praćenju posjećenosti i izradi preporuka | LTZ / JU Priroda    | kontinuirano | godišnji dogovoreni set mjera |

Mjera 3.3. Poticanje zelenih praksi u turističkom sektoru

Svrha: potaknuti turističke subjekte na smanjenje potrošnje resursa i uvođenje ekoloških rješenja.

Tablica 73. Mjera 3.3. Poticanje zelenih praksi u turističkom sektoru

| Aktivnost                                                       | Nositelj / partneri            | Rok          | Pokazatelji                        |
|-----------------------------------------------------------------|--------------------------------|--------------|------------------------------------|
| Edukacije za poduzetnike o uštedama resursa i kružnoj ekonomiji | LTZ / komunalna poduzeća, TZMŽ | svake godine | min. 1 radionica                   |
| Promocija primjera dobre prakse „zelenih“ objekata u LTZ        | LTZ                            | kontinuirano | min. 5 primjera godišnje           |
| Poticanje sudjelovanja objekata u ekološkim certifikatima       | LTZ / TZMŽ                     | 2026.–2030.  | rast broja certificiranih objekata |

#### 4. SOCIJALNI CILJ – Učinkovito, uključivo i društveno odgovorno upravljanje turizmom

Povezanost s prioritetima:

- P5 – jačanje kapaciteta
- P6 – fokus na ciljane tržišta

- P1 – smanjenje sezonalnosti
- P7 – brending

Povezanost s ciljevima Plana:

- Povezani sa: CILJ 1, CILJ 5, CILJ 6

Ciljevi:

- uspostaviti inkluzivan, transparentan i podatkovno vođen sustav upravljanja turizmom
- osigurati pristupačnost turističke ponude svim skupinama
- povećati zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom
- osnažiti dionike kroz edukacije, suradnju i profesionalizaciju
- pratiti utjecaj turizma na društvo i transparentno komunicirati rezultate

#### Mjera 4.1. Uključivo i transparentno upravljanje

Svrha: osigurati sudjelovanje dionika i jasno komunicirane odluke.

*Tablica 74. Mjera 4.1. Uključivo i transparentno upravljanje*

| Aktivnost                                                       | Nositelj / partneri     | Rok          | Pokazatelji             |
|-----------------------------------------------------------------|-------------------------|--------------|-------------------------|
| Organizacija godišnjih konzultacija s dionicima na području LTZ | LTZ / TZMŽ, JLS, sektor | svake godine | min. 2 susreta godišnje |
| Objava ključnih dokumenata i odluka LTZ na webu                 | LTZ                     | kontinuirano | min. 10 objava godišnje |

#### Mjera 4.2. Inkluzija i pristupačnost

Svrha: osigurati da ponuda LTZ bude što pristupačnija različitim skupinama.

*Tablica 75. Mjera 4.2. Inkluzija i pristupačnost*

| Aktivnost                                                               | Nositelj / partneri | Rok         | Pokazatelji            |
|-------------------------------------------------------------------------|---------------------|-------------|------------------------|
| Suradnja s udrugama OSI na identificiranju barijera i potreba           | LTZ / udruge OSI    | 2026.–2027. | izrađen popis barijera |
| Sudjelovanje u izradi / promociji online vodiča „Pristupačno Međimurje“ | LTZ / TZMŽ          | 2026.       | vodič objavljen        |

#### Mjera 4.3. Jačanje kompetencija i etičkih standarda

Svrha: podići profesionalnost i etičke standarde rada u turizmu.

*Tablica 76. Mjera 4.3. Jačanje kompetencija i etičkih standarda*

| Aktivnost                                                            | Nositelj / partneri            | Rok          | Pokazatelji      |
|----------------------------------------------------------------------|--------------------------------|--------------|------------------|
| Edukacije o etičkom i odgovornom turizmu za dionike LTZ              | LTZ / TZMŽ, vanjski stručnjaci | svake godine | min. 1 edukacija |
| Uvođenje i promocija kodeksa ponašanja za vodiče i pružatelje usluga | LTZ / udruge vodiča            | 2025.–2027.  | 1 usvojen kodeks |

### 5. INFRASTRUKTURNI CILJ – Razvoj moderne, kvalitetne i održive infrastrukture

Povezanost s prioritetima:

- P3 – kvaliteta smještaja i usluga
- P1 – smanjenje sezonalnosti
- P4 – aktivacija posebnosti
- P5 – jačanje kapaciteta
- P7 – branding

Povezanost s ciljevima Plana:

- Povezani sa: CILJ 2, CILJ 5

Ciljevi:

- unaprijediti prometnu, rekreacijsku, biciklističku i interpretacijsku infrastrukturu
- osigurati infrastrukturnu otpornost na klimatske promjene
- podići razinu digitalne i informacijske infrastrukture za razvoj pametne destinacije
- osigurati standarde sigurnosti i kvalitete za posjetitelje
- poticati zelene investicije i održive tehnologije u turizmu

#### Mjera 5.1. Razvoj turističke i rekreacijske infrastrukture u području LTZ

Svrha: stvoriti uvjete za kvalitetan doživljaj boravka i aktivni turizam.

Tablica 77. Mjera 5.1. Razvoj turističke i rekreacijske infrastrukture u području LTZ

| Aktivnost                                                                                    | Nositelj / partneri | Rok         | Pokazatelji            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-------------|------------------------|
| Evidentiranje potreba za manjim infrastrukturnim zahvatima (odmorišta, signalizacija, staze) | LTZ / JLS           | 2026.       | izrađen popis potreba  |
| Podrška uređenju odmorišnih punktova i rekreacijskih zona                                    | JLS / LTZ           | 2026.–2030. | broj uređenih lokacija |

#### Mjera 5.2. Digitalna infrastruktura i informiranje

Svrha: osigurati kvalitetne informacije i digitalne alate za posjetitelje.

Tablica 78. Mjera 5.2. Digitalna infrastruktura i informiranje

| Aktivnost                                                            | Nositelj / partneri | Rok          | Pokazatelji                 |
|----------------------------------------------------------------------|---------------------|--------------|-----------------------------|
| Bolja vidljivost LTZ u županijskim i nacionalnim digitalnim kanalima | LTZ / TZMŽ          | kontinuirano | rast online posjeta i upita |

### 6. BREND I PREPOZNATLJIVOST – Osnaživanje pozicije Međimurja kao održive destinacije

Povezanost s prioritetima:

- P7 – razvoj prepoznatljivosti destinacije
- P6 – fokus na tržišta
- P2 – podizanje vrijednosti
- P4 – aktivacija posebnosti

Povezanost s ciljevima Plana:

- Povezani sa: CILJ 6

Ciljevi:

- ojačati prepoznatljivost Međimurja kao održive, autentične i zelene destinacije
- razvijati storytelling koji povezuje prirodu, kulturu, gastronomiju i način života
- unaprijediti komunikaciju prema tržištima pomoću jasnog identitetskog narativa

- razviti sustav praćenja i izvještavanja o održivosti kao ključni element brenda
- educirati dionike i posjetitelje o vrijednostima i standardima održivog turizma

#### Mjera 6.1. Razvoj lokalnog identiteta LTZ unutar brenda „Održivo Međimurje“

Svrha: jasno definirati poziciju i priču LTZ unutar krovnog brenda županije.

*Tablica 79. Mjera 6.1. Razvoj lokalnog identiteta LTZ unutar brenda „Održivo Međimurje“*

| Aktivnost                                                           | Nositelj / partneri          | Rok   | Pokazatelji           |
|---------------------------------------------------------------------|------------------------------|-------|-----------------------|
| Definiranje narativa (storyline) LTZ – glavne teme, priče, simboli  | LTZ / TZMŽ, vanjska agencija | 2026. | 1 narativni dokument  |
| Usklađivanje vizualne i verbalne komunikacije LTZ s krovnim brendom | LTZ / TZMŽ                   | 2027. | novi vizuali i poruke |

#### Mjera 6.2. Storytelling i promocijske kampanje

Svrha: kontinuirano komunicirati održive vrijednosti, lokalne ljude i priče.

*Tablica 80. Mjera 6.2. Storytelling i promocijske kampanje*

| Aktivnost                                                     | Nositelj / partneri | Rok          | Pokazatelji              |
|---------------------------------------------------------------|---------------------|--------------|--------------------------|
| Tematske kampanje (npr. „Zeleno Međimurje“, „Okus Međimurja“) | LTZ / TZMŽ          | svake godine | min. 1 kampanja godišnje |

Tablica 81. Cjelokupni popis ciljeva, mjera i aktivnosti

| Cilj                                                                                | Mjera                                                              | Aktivnost                                                                                  | Nositelj / partneri                                | Rok          | Pokazatelji                  | Potencijalni izvori financiranja                                         |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|--------------|------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|
| 1. Ekonomski cilj – Jačanje lokalne ekonomije kroz održivi i visokovrijedni turizam | 1.1. Razvoj cjelogodišnjih i visokovrijednih turističkih proizvoda | Razvoj tematskih višednevnih paketa (eno-gastro, wellness, outdoor, kultura) na razini LTZ | LTZ / TZMŽ, turističke agencije, OPG-ovi, vinarije | 2026.–2028.  | min. 5 novih paketa          | LTZ, TZMŽ, HTZ, Ministarstvo turizma i sporta, EFRR, Interreg, ESF+      |
|                                                                                     |                                                                    | Kreiranje itinerera „3 dana u Međimurju“ za ciljane tržišta                                | LTZ / TZMŽ                                         | 2026.        | 1 itinerer za min. 2 tržišta | LTZ, TZMŽ, HTZ, Interreg, EFRR                                           |
|                                                                                     | 1.2. Povezivanje turizma i lokalne ekonomije                       | Uspostava/podrška „Međimurskom regalu“ / lokalnim kornerima s proizvodima                  | LTZ / JLS, OPG-ovi, REDEA                          | 2026.–2030.  | min. 1 prodajno mjesto       | JLS, MŽ, LAG-ovi, EAFRD (ruralni razvoj), EFRR, Fond za turizam          |
|                                                                                     |                                                                    | Poticanje ugostitelja na uvođenje lokalnih proizvoda (vino, hrana, suveniri)               | LTZ / ugostitelji, udruge, HGK                     | svake godine | min. 10 ugostitelja          | LTZ, HGK, HAMAG-BICRO (vaučeri), EFRR, LAG-ovi                           |
|                                                                                     |                                                                    | Kampanja „Kupuj lokalno, doživi lokalno“                                                   | LTZ                                                | svake godine | min. 2 kampanje              | LTZ, TZMŽ, HTZ (promo natječaj), ESF+, Interreg (cross-border promocije) |
|                                                                                     | 1.3. Poticanje poduzetništva i zapošljavanja                       | Promocija deficitarnih zanimanja u turizmu na području LTZ                                 | LTZ / škole, HZZ                                   | svake godine | rast interesa za upis        | HZZ, Ministarstvo rada, ESF+, Erasmus+, Županija                         |

|                                                                                           |                                                     |                                                                                    |                                          |              |                                |                                                                    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|--------------|--------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| 2. Kulturološki cilj – Očuvanje i aktivacija kulturne materijalne i nematerijalne baštine | 2.1. Razvoj kulturno-turističkih doživljaja         | Razvoj tematskih kulturnih ruta (povijesne šetnje, „priče mjesta“, glazba, zanati) | LTZ / KUD-ovi, udruge, agencije          | 2026.–2030.  | min. 3 nove rute               | Ministarstvo kulture, HTZ, Interreg (kulturne rute), ESF+, LAG-ovi |
|                                                                                           |                                                     | Uključivanje Međimurske popevke i drugih elemenata u turističke programe           | LTZ / IC Palača Međimurske popevke, TZMŽ | svake godine | min. 3 programa                | Ministarstvo kulture, HTZ, TZMŽ, EFRR (interpretacija), ESF+       |
|                                                                                           |                                                     | Podrška manifestacijama koje čuvaju tradiciju                                      | LTZ / JLS, KUD-ovi, udruge               | svake godine | min. 5 događanja               | JLS, TZMŽ, Ministarstvo kulture, HTZ, LAG-ovi, ESF+                |
| 3. Ekološki cilj – Zaštita prirode i razvoj klimatski odgovornog turizma                  | 3.1. Edukacija i komunikacija                       | Postavljanje info-tabli o pravilima ponašanja u prirodi                            | LTZ / JLS, JU Priroda                    | 2026.–2028.  | min. 10 tabli                  | JU Priroda, JLS, FZOEU, EFRR, NPOO (turizam/okoliš)                |
|                                                                                           |                                                     | Radionice za vodiče i pružatelje usluga o „zelenim“ standardima                    | LTZ / vanjski stručnjaci                 | svake godine | min. 1 radionica               | ESF+, Erasmus+, FZOEU (projekti osvježavanja), TZMŽ                |
|                                                                                           | 3.2. Podrška održivom upravljanju posjetiteljima    | Suradnja s JU Priroda u praćenju posjećenosti i izradi preporuka                   | LTZ / JU Priroda                         | kontinuirano | godišnji set dogovorenih mjera | JU Priroda, TZMŽ, FZOEU, Interreg, EFRR                            |
|                                                                                           | 3.3. Poticanje zelenih praksi u turističkom sektoru | Edukacije za poduzetnike o uštedama resursa i kružnoj ekonomiji                    | LTZ / komunalna poduzeća, TZMŽ           | svake godine | min. 1 radionica               | TZMŽ, MENE, FZOEU, ESF+, EFRR                                      |

|                                                                                      |                                                      |                                                                         |                                |              |                                    |                                                       |
|--------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|--------------|------------------------------------|-------------------------------------------------------|
|                                                                                      |                                                      | Promocija primjera dobre prakse „zelenih“ objekata u LTZ                | LTZ                            | kontinuirano | min. 5 primjera godišnje           | LTZ, TZMŽ, FZOEU (kampanje), Interreg, EFRR           |
|                                                                                      |                                                      | Poticanje sudjelovanja objekata u ekološkim certifikatima               | LTZ / TZMŽ                     | 2026.–2030.  | rast broja certificiranih objekata | TZMŽ, HTZ (certifikati), EFRR, ESF+, Norveški fond    |
| 4. Socijalni cilj – Učinkovito, uključivo i društveno odgovorno upravljanje turizmom | 4.1. Uključivo i transparentno upravljanje           | Organizacija godišnjih konzultacija s dionicima na području LTZ         | LTZ / TZMŽ, JLS, sektor        | svake godine | min. 2 susreta godišnje            | LTZ, TZMŽ, ESF+, Interreg (participativno planiranje) |
|                                                                                      |                                                      | Objava ključnih dokumenata i odluka LTZ na webu                         | LTZ                            | kontinuirano | min. 10 objava godišnje            | LTZ, EFRR (digitalizacija), NPOO, ESF+                |
|                                                                                      | 4.2. Inkluzija i pristupačnost                       | Suradnja s udrugama OSI na identificiranju barijera i potreba           | LTZ / udruge OSI               | 2026.–2027.  | popis barijera                     | ESF+, Erasmus+, FZOEU (prilagodbe), TZMŽ              |
|                                                                                      |                                                      | Sudjelovanje u izradi / promociji online vodiča „Pristupačno Međimurje“ | LTZ / TZMŽ                     | 2026.        | vodič objavljen                    | TZMŽ, FZOEU, ESF+, Interreg (inkluzija)               |
|                                                                                      | 4.3. Jačanje kompetencija i etičkih standarda        | Edukacije o etičkom i odgovornom turizmu                                | LTZ / TZMŽ, vanjski stručnjaci | svake godine | min. 1 edukacija                   | ESF+, Erasmus+, Norveški fond, TZMŽ                   |
| 5. Infrastrukturni cilj – Razvoj moderne, kvalitetne i održive infrastrukture        | 5.1. Razvoj turističke i rekreacijske infrastrukture | Evidentiranje potreba za manjim infrastrukturnim zahvatima              | LTZ / JLS                      | 2026.        | izrađen popis potreba              | JLS, MŽ, EFRR, Fond za turizam, LAG-ovi               |

|                                                                                      |                                                                       |                                                                      |                              |              |                             |                                                                          |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|------------------------------|--------------|-----------------------------|--------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                      |                                                                       | Podrška uređenju odmorišnih punktova i rekreacijskih zona            | JLS / LTZ                    | 2026.–2030.  | broj uređenih lokacija      | JLS, MŽ, Ministarstvo turizma i sporta, FZOEU, EFRR                      |
|                                                                                      | 5.2. Digitalna infrastruktura i informiranje                          | Bolja vidljivost LTZ u županijskim i nacionalnim digitalnim kanalima | LTZ / TZMŽ                   | kontinuirano | rast online posjeta i upita | TZMŽ, HTZ, EFRR, ESF+                                                    |
| 6. Brend i prepoznatljivost – Osnaživanje pozicije Međimurja kao održive destinacije | 6.1. Razvoj lokalnog identiteta LTZ unutar brenda „Održivo Međimurje“ | Definiranje narativa (storyline) LTZ – glavne teme, priče, simboli   | LTZ / TZMŽ, vanjska agencija | 2026.        | 1 narativni dokument        | TZMŽ, HTZ, Interreg (brendiranje destinacija), EFRR                      |
|                                                                                      |                                                                       | Usklađivanje vizualne i verbalne komunikacije LTZ s krovnim brendom  | LTZ / TZMŽ                   | 2027.        | novi vizuali i poruke       | TZMŽ, HTZ, EFRR, Fond za turizam                                         |
|                                                                                      | 6.2. Storytelling i promocijske kampanje                              | Tematske kampanje (npr. „Zeleno Međimurje“, „Okus Međimurja“)        | LTZ / TZMŽ                   | svake godine | min. 1 kampanja godišnje    | TZMŽ, HTZ, Fond za turistički nerazvijena područja i kontinent, Interreg |

## 7. Prijedlog smjernica i preporuka za razvoj ili unaprjeđenje destinacije

Za uspješnu provedbu Plana upravljanja destinacijom nužno je da svi dionici djeluju usklađeno, kao dio jedinstvenog sustava upravljanja. Ključ uspjeha leži u kontinuiranom dijalogu, jasnoj podjeli uloga, redovitom praćenju rezultata i zajedničkoj odgovornosti za razvoj održivog turizma. Međimurje pritom ima dobru osnovu da daljnjim povezivanjem institucija, poduzetnika i lokalne zajednice izgradi snažnu, autentičnu i konkurentnu destinaciju.

### 7.1. Smjernice i preporuke za jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave

Jedinice lokalne samouprave i Međimurska županija imaju ključnu ulogu u provedbi održivog turizma jer upravo kroz prostorno planiranje, razvoj infrastrukture, zaštitu prirodnih i kulturnih resursa te poticanje poduzetništva stvaraju okvir za razvoj destinacije. Njihovo djelovanje treba biti usklađeno s nacionalnim i regionalnim strateškim dokumentima, ali i s konkretnim potrebama prostora i lokalne zajednice.

U narednom razdoblju važno je dodatno ojačati koordinaciju između županije, gradova i općina, turističkih zajednica i drugih relevantnih institucija, kako bi se razvoj turizma odvijao planski i ravnomjerno. Poseban naglasak treba staviti na održivo prostorno planiranje, zaštitu krajobraza i osjetljivih područja, razvoj javne turističke infrastrukture te unaprjeđenje komunalne i prometne opremljenosti turističkih zona. Jednako je važno poticati projekte koji doprinose klimatskoj otpornosti, energetske učinkovitosti i kvaliteti života lokalnog stanovništva.

Lokalna i regionalna samouprava trebaju aktivno podupirati obnovu i valorizaciju kulturne i tradicijske baštine, razvoj lokalne ekonomije kroz kratke lance opskrbe te stvaranje uvjeta za kvalitetno zapošljavanje i ostanak mladih u destinaciji. Ujedno je potrebno osigurati veću razinu pristupačnosti, uključenosti i participacije građana u planiranju turizma. U području promocije i brendiranja važno je da sve jedinice lokalne samouprave djeluju usklađeno i podržavaju zajednički identitet Međimurja kao održive, autentične i kvalitetne kontinentalne destinacije.

### 7.2. Smjernice i preporuke za turističke zajednice

Turističke zajednice danas više nisu samo promotivne organizacije, nego ključni nositelji destinacijskog menadžmenta. Njihova uloga u Međimurju treba biti usmjerena na povezivanje dionika, razvoj proizvoda, koordinaciju aktivnosti i praćenje učinaka turizma, uz istovremeno očuvanje održivosti i jačanje konkurentnosti destinacije.

U tom smislu potrebno je dodatno osnažiti turističke zajednice za strateško planiranje, upravljanje podacima, razvoj cjelogodišnjih proizvoda i profesionalno vođenje brenda destinacije. Posebnu pozornost treba usmjeriti na razvoj višednevnih i tematskih paketa, povezivanje smještaja, ugostiteljstva, vinarija, OPG-ova, vodiča i atrakcija u integrirane turističke proizvode te jačanje ponude izvan glavne sezone. Turističke zajednice također trebaju imati aktivnu ulogu u prikupljanju pokazatelja održivosti, praćenju zadovoljstva gostiju i lokalnog stanovništva te komunikaciji rezultata i primjera dobre prakse.

Važno je i da sve turističke zajednice usklade komunikaciju s krovnim brendom Međimurja te zajednički razvijaju digitalne alate, storytelling i ciljane marketinške aktivnosti. Istodobno, potrebno je kontinuirano ulagati u edukaciju zaposlenika i tijela turističkih zajednica, osobito u područjima održivog turizma, digitalnog marketinga, razvoja proizvoda i upravljanja projektima. Posebna uloga LTZ Međimurske županije jest da djeluje kao poveznica između županijske i lokalne razine, odnosno kao operativno „ljepilo“ cijelog sustava upravljanja destinacijom.

### 7.3. Smjernice i preporuke za druge dionike u turizmu i upravljanju turizmom u destinaciji

Održivi razvoj turizma u Međimurju nije moguć bez aktivnog uključivanja svih ostalih dionika – gospodarskog sektora, obrazovnih i znanstvenih institucija, civilnog društva, kulturnih i prirodnih ustanova, komora, klastera i lokalnog stanovništva. Svaka od tih skupina ima važnu ulogu u oblikovanju kvalitetne, autentične i održive turističke ponude.

Gospodarski sektor, uključujući hotelijere, ugostitelje, iznajmljivače, vinarije, OPG-ove, vodiče i outdoor operatore, treba biti usmjeren na razvoj proizvoda više dodane vrijednosti, jačanje kvalitete i održivosti poslovanja te suradnju s turističkim zajednicama u kreiranju integriranih paketa. Obrazovne i znanstvene institucije trebaju snažnije podupirati razvoj ljudskih potencijala, istraživanja i inovacija, osobito kroz dualno obrazovanje, cjeloživotno učenje i suradnju s turističkim sektorom. Organizacije civilnog društva, kulturne udruge i LAG-ovi važni su za očuvanje identiteta, uključivost i aktivno sudjelovanje lokalne zajednice u turizmu, dok kulturne i prirodne institucije imaju ključnu ulogu u interpretaciji, upravljanju posjetiteljima i zaštiti resursa.

Komore, poslovne mreže i klasteri trebaju djelovati kao podrška poduzetnicima kroz edukacije, standarde kvalitete, prijave na fondove i umrežavanje, dok lokalna zajednica i stanovnici trebaju biti aktivni sudionici u planiranju, evaluaciji i svakodnevnom oblikovanju atmosfere destinacije. Zajednički cilj svih dionika treba biti razvoj turizma koji donosi korist lokalnom gospodarstvu i zajednici, čuva baštinu i okoliš te stvara prepoznatljiv i održiv identitet Međimurja.

## 8. Popis projekata

Plan upravljanja destinacijom, kao temeljni strateško-operativni dokument razvoja turizma, u svom sastavu obuhvaća detaljno strukturiran popis projekata koji izravno doprinose provedbi definiranih mjera i ostvarenju ciljeva održivosti na razini destinacije. Ovi projekti nisu promatrani izolirano, već kao međusobno povezani skup intervencija koje zajedno utječu na unaprjeđenje gospodarske, društvene i okolišne dimenzije razvoja turizma.

U tom kontekstu, popis projekata obuhvaća širok raspon aktivnosti – od infrastrukturnih zahvata i unaprjeđenja komunalnih sustava, preko razvoja novih turističkih proizvoda i sadržaja, pa sve do projekata usmjerenih na digitalizaciju, upravljanje posjetiteljskim tokovima, očuvanje prirodne i kulturne baštine te jačanje kapaciteta lokalnih dionika. Njihova zajednička svrha je osigurati sustavno i koordinirano djelovanje svih relevantnih aktera u destinaciji, uz jasnu povezanost s definiranim pokazateljima održivosti i očekivanim razvojnim učincima.

Poseban naglasak stavljen je na projekte od posebnog značaja za razvoj destinacije, koji svojim opsegom, utjecajem i strateškom važnošću imaju potencijal generirati snažnije multiplikativne učinke. Takvi projekti često predstavljaju ključne pokretače promjena – bilo da je riječ o kapitalnim ulaganjima, projektima koji doprinose prepoznatljivosti destinacije na tržištu, ili inicijativama koje značajno unaprjeđuju kvalitetu života lokalnog stanovništva i iskustvo posjetitelja.

U konačnici, ovako definiran i strukturiran popis projekata omogućuje transparentno praćenje provedbe Plana upravljanja, jasno povezivanje pojedinih aktivnosti s ciljevima održivosti te pravovremeno donošenje odluka u procesu upravljanja destinacijom.

### 8.1. Popis projekata koji pridonose provedbi mjera potrebnih za doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti na razini destinacije

Popis projekata koji pridonose provedbi mjera usmjerenih na ostvarenje pokazatelja održivosti na razini destinacije obuhvaća skup međusobno povezanih razvojnih, infrastrukturnih i upravljačkih aktivnosti koje zajedno podupiru uravnotežen i dugoročno održiv razvoj turizma.

Napominje se kako se cjelovit popis projekata nalazi u prilogu 1. ovog dokumenta te je izrađen u standardiziranom formatu sukladno smjernicama Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske, čime je osigurana njegova usklađenost, preglednost i primjenjivost u procesu praćenja i upravljanja.

### 8.2. Popis projekata od posebnog značaja za razvoj destinacije

Popis projekata od posebnog značaja za razvoj destinacije obuhvaća ključne inicijative koje svojim strateškim utjecajem, opsegom i razvojnim potencijalom imaju presudnu ulogu u jačanju konkurentnosti, prepoznatljivosti i održivosti destinacije.

Napominje se kako se cjelovit popis projekata nalazi u prilogu 2. ovog dokumenta te je izrađen u standardiziranom formatu sukladno smjernicama Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske, čime je osigurana njegova jasnoća, usporedivost i usklađenost s nacionalnim okvirom planiranja.

#### Prilog 1.

Popis projekata koji pridonose provedbi mjera potrebnih za doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti na razini destinacije

(izrađen je kao zaseban dokument i predstavlja sastavni dio Ovog Plana)

#### Prilog 2.

Popis projekata od posebnog značaja za razvoj destinacije

(izrađen je kao zaseban dokument i predstavlja sastavni dio Ovog Plana)

### Prilog 3.

#### Indeksi turističke razvijenosti po JLS

##### Turistička zajednica Grada Čakovca

| Pokazatelj                                | 2017  | 2018  | 2019  | 2020  | 2021  | 2022  | 2023  | 2024  |
|-------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| A. Broj postelja                          | 2,45  | 2,46  | 2,48  | 2,49  | 2,48  | 2,52  | 2,55  | 2,55  |
| B. Broj postelja u hotelima               | 2,5   | 2,5   | 2,5   | 2,5   | 2,5   | 2,5   | 2,5   | 2,5   |
| C. Broj turista                           | 2,72  | 2,74  | 2,75  | 2,45  | 2,63  | 2,76  | 2,79  | 2,8   |
| D. Broj noćenja                           | 2,82  | 2,85  | 2,87  | 2,57  | 2,71  | 2,85  | 2,87  | 2,87  |
| E. Broj zaposlenih u UGT djelatnosti      | 2,59  | 2,66  | 2,58  | 2,53  | 2,48  | 2,53  | 2,45  | 2,5   |
| F. Broj postelja po stanovniku            | 2,44  | 2,46  | 2,48  | 2,5   | 2,5   | 2,54  | 2,58  | 2,58  |
| G. Broj postelja u hotelima po stanovniku | 3,09  | 3,1   | 3,11  | 3,11  | 3,12  | 3,12  | 3,12  | 3,12  |
| H. Broj turista po stanovniku             | 3,31  | 3,34  | 3,37  | 3,06  | 3,25  | 3,39  | 3,41  | 3,43  |
| I. Broj noćenja po stanovniku             | 2,71  | 2,76  | 2,78  | 2,49  | 2,64  | 2,78  | 2,8   | 2,8   |
| J. Udio zaposlenih u UGT djelatnosti      | 3,34  | 3,46  | 3,53  | 3,46  | 3,35  | 3,43  | 3,24  | 2,7   |
| ITR                                       | 27,97 | 28,33 | 28,44 | 27,14 | 27,67 | 28,42 | 28,31 | 27,85 |

##### Turistička zajednica Grada Preloga / Dravsko blago

| Pokazatelj                                | 2017  | 2018  | 2019  | 2020  | 2021 | 2022  | 2023  | 2024  |
|-------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|------|-------|-------|-------|
| A. Broj postelja                          | 1,53  | 1,54  | 1,54  | 1,54  | 1,73 | 1,73  | 1,71  | 1,71  |
| B. Broj postelja u hotelima               | 1,74  | 1,76  | 1,76  | 1,76  | 1,94 | 1,94  | 1,94  | 1,94  |
| C. Broj turista                           | 1,57  | 1,6   | 1,63  | 1,31  | 1,61 | 1,72  | 1,81  | 1,83  |
| D. Broj noćenja                           | 1,59  | 1,61  | 1,62  | 1,28  | 1,56 | 1,75  | 1,85  | 1,92  |
| E. Broj zaposlenih u UGT djelatnosti      | 1,88  | 2,18  | 2,16  | 2,39  | 2,39 | 2,29  | 2,3   | 2,3   |
| F. Broj postelja po stanovniku            | 1,07  | 1,08  | 1,09  | 1,09  | 1,3  | 1,3   | 1,29  | 1,27  |
| G. Broj postelja u hotelima po stanovniku | 1,85  | 1,87  | 1,87  | 1,87  | 2,09 | 2,09  | 2,09  | 2,09  |
| H. Broj turista po stanovniku             | 1,69  | 1,71  | 1,75  | 1,46  | 1,74 | 1,82  | 1,89  | 1,91  |
| I. Broj noćenja po stanovniku             | 1,04  | 1,05  | 1,07  | 0,76  | 1,02 | 1,22  | 1,32  | 1,38  |
| J. Udio zaposlenih u UGT djelatnosti      | 2,08  | 2,34  | 2,33  | 2,48  | 2,48 | 2,46  | 2,48  | 1,25  |
| ITR                                       | 16,05 | 16,75 | 16,82 | 15,93 | 17,9 | 18,46 | 18,85 | 17,65 |

##### Turistička zajednica Općine Štrigova

| Pokazatelj                                | 2017  | 2018  | 2019  | 2020 | 2021  | 2022  | 2023  | 2024  |
|-------------------------------------------|-------|-------|-------|------|-------|-------|-------|-------|
| A. Broj postelja                          | 1,33  | 1,3   | 1,36  | 1,42 | 1,54  | 1,66  | 1,77  | 1,77  |
| B. Broj postelja u hotelima               | 0     | 0     | 0     | 0    | 0     | 0     | 0     | 0     |
| C. Broj turista                           | 0,87  | 0,91  | 0,97  | 0,82 | 1,15  | 1,27  | 1,32  | 1,4   |
| D. Broj noćenja                           | 0,98  | 1,01  | 1,11  | 1,1  | 1,29  | 1,43  | 1,49  | 1,58  |
| E. Broj zaposlenih u UGT djelatnosti      | 1,9   | 1,4   | 1,28  | 1,46 | 1,54  | 1,63  | 1,43  | 1,49  |
| F. Broj postelja po stanovniku            | 1,31  | 1,28  | 1,35  | 1,42 | 1,57  | 1,69  | 1,8   | 1,8   |
| G. Broj postelja u hotelima po stanovniku | 0     | 0     | 0     | 0    | 0     | 0     | 0     | 0     |
| H. Broj turista po stanovniku             | 1,41  | 1,46  | 1,53  | 1,36 | 1,75  | 1,94  | 1,94  | 2,02  |
| I. Broj noćenja po stanovniku             | 0,88  | 0,94  | 1,01  | 1    | 1,26  | 1,36  | 1,43  | 1,52  |
| J. Udio zaposlenih u UGT djelatnosti      | 3,08  | 2,52  | 2,41  | 2,6  | 2,68  | 2,79  | 2,55  | 1,29  |
| ITR                                       | 11,76 | 10,84 | 11,02 | 11,2 | 12,74 | 13,72 | 13,73 | 12,96 |

Turistička zajednica Općine Sveti Martin na Muri

| Pokazatelj                                | 2017  | 2018  | 2019  | 2020  | 2021  | 2022  | 2023  | 2024  |
|-------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| A. Broj postelja                          | 2,45  | 2,46  | 2,48  | 2,49  | 2,48  | 2,52  | 2,55  | 2,55  |
| B. Broj postelja u hotelima               | 2,5   | 2,5   | 2,5   | 2,5   | 2,5   | 2,5   | 2,5   | 2,5   |
| C. Broj turista                           | 2,72  | 2,74  | 2,75  | 2,45  | 2,63  | 2,76  | 2,79  | 2,8   |
| D. Broj noćenja                           | 2,82  | 2,85  | 2,87  | 2,57  | 2,71  | 2,85  | 2,85  | 2,87  |
| E. Broj zaposlenih u UGT djelatnosti      | 2,59  | 2,66  | 2,58  | 2,53  | 2,48  | 2,53  | 2,45  | 2,5   |
| F. Broj postelja po stanovniku            | 2,44  | 2,46  | 2,48  | 2,5   | 2,5   | 2,54  | 2,58  | 2,58  |
| G. Broj postelja u hotelima po stanovniku | 3,09  | 3,1   | 3,11  | 3,11  | 3,12  | 3,12  | 3,12  | 3,12  |
| H. Broj turista po stanovniku             | 3,31  | 3,34  | 3,37  | 3,06  | 3,25  | 3,39  | 3,41  | 3,43  |
| I. Broj noćenja po stanovniku             | 2,71  | 2,76  | 2,78  | 2,49  | 2,64  | 2,78  | 2,8   | 2,8   |
| J. Udio zaposlenih u UGT djelatnosti      | 3,34  | 3,46  | 3,53  | 3,46  | 3,35  | 3,43  | 3,24  | 2,7   |
| ITR                                       | 27,97 | 28,33 | 28,44 | 27,14 | 27,67 | 28,42 | 28,31 | 27,85 |

Turistička zajednica Područja Mura i gorice

Grad Mursko Središće

| Pokazatelj                                | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021  | 2022 | 2023  | 2024  |
|-------------------------------------------|------|------|------|------|-------|------|-------|-------|
| A. Broj postelja                          | 1,14 | 1,14 | 1,14 | 1,42 | 1,42  | 1,16 | 1,42  | 1,42  |
| B. Broj postelja u hotelima               | 1,49 | 1,49 | 1,49 | 1,49 | 1,49  | 1    | 1,49  | 1,49  |
| C. Broj turista                           | 0,14 | 0,12 | 0,09 | 0,17 | 0,53  | 0,58 | 0,61  | 0,67  |
| D. Broj noćenja                           | 0,24 | 0,2  | 0,12 | 0,17 | 0,46  | 0,52 | 0,61  | 0,61  |
| E. Broj zaposlenih u UGT djelatnosti      | 0,95 | 1,43 | 1,11 | 1,28 | 1,28  | 1,59 | 1,63  | 1,91  |
| F. Broj postelja po stanovniku            | 0,79 | 0,8  | 0,8  | 1    | 1,07  | 0,84 | 1,09  | 1,09  |
| G. Broj postelja u hotelima po stanovniku | 1,69 | 1,7  | 1,7  | 1,71 | 1,71  | 1    | 1,73  | 1,73  |
| H. Broj turista po stanovniku             | 0,21 | 0,19 | 0,15 | 0,26 | 0,76  | 0,81 | 0,81  | 0,88  |
| I. Broj noćenja po stanovniku             | 0,09 | 0,08 | 0,04 | 0,07 | 0,21  | 0,26 | 0,26  | 0,32  |
| J. Udio zaposlenih u UGT djelatnosti      | 1,61 | 2,04 | 1,67 | 1,82 | 1,8   | 2,11 | 2,14  | 1,23  |
| ITR                                       | 8,36 | 9,19 | 8,32 | 9,45 | 10,67 | 7,8  | 11,71 | 11,36 |

Općina Selnica

| Pokazatelj                                | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021  | 2022  | 2023  | 2024 |
|-------------------------------------------|------|------|------|------|-------|-------|-------|------|
| A. Broj postelja                          | 0,7  | 0,93 | 0,99 | 1,1  | 1,23  | 1,25  | 1,23  | 1,22 |
| B. Broj postelja u hotelima               | 0    | 0    | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 0    |
| C. Broj turista                           | 0,27 | 0,44 | 0,54 | 0,64 | 0,81  | 0,82  | 0,85  | 0,97 |
| D. Broj noćenja                           | 0,64 | 0,87 | 0,71 | 0,79 | 0,94  | 0,94  | 1,03  | 1,03 |
| E. Broj zaposlenih u UGT djelatnosti      | 1,18 | 1    | 1,18 | 0,95 | 1,57  | 1,23  | 1,49  | 1,48 |
| F. Broj postelja po stanovniku            | 0,65 | 0,89 | 0,95 | 1,06 | 1,21  | 1,23  | 1,22  | 1,21 |
| G. Broj postelja u hotelima po stanovniku | 0    | 0    | 0    | 0    | 0     | 0     | 0     | 0    |
| H. Broj turista po stanovniku             | 0,6  | 0,85 | 0,99 | 1,12 | 1,34  | 1,39  | 1,39  | 1,53 |
| I. Broj noćenja po stanovniku             | 0,52 | 0,74 | 0,59 | 0,68 | 0,83  | 0,84  | 0,88  | 0,94 |
| J. Udio zaposlenih u UGT djelatnosti      | 2,63 | 0    | 2,57 | 2,31 | 2,61  | 2,6   | 2,77  | 1,52 |
| ITR                                       | 7,18 | 4,72 | 8,5  | 8,66 | 10,84 | 10,28 | 10,79 | 9,92 |

Općina Vratišinec

| Pokazatelj                                | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|-------------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| A. Broj postelja                          | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    |
| B. Broj postelja u hotelima               | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    |
| C. Broj turista                           | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    |
| D. Broj noćenja                           | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    |
| E. Broj zaposlenih u UGT djelatnosti      | 1,57 | 1,54 | 1,54 | 1,52 | 1,36 | 1,36 | 1,36 | 1,19 |
| F. Broj postelja po stanovniku            | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    |
| G. Broj postelja u hotelima po stanovniku | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    |
| H. Broj turista po stanovniku             | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    |
| I. Broj noćenja po stanovniku             | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    |
| J. Udio zaposlenih u UGT djelatnosti      | 3,13 | 3,01 | 3,07 | 2,98 | 2,77 | 2,77 | 2,83 | 1,34 |
| ITR                                       | 4,7  | 4,55 | 4,62 | 4,5  | 4,14 | 4,14 | 4,19 | 2,53 |

Općina Podturen

| Pokazatelj                                | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|-------------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| A. Broj postelja                          | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    |
| B. Broj postelja u hotelima               | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    |
| C. Broj turista                           | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    |
| D. Broj noćenja                           | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    |
| E. Broj zaposlenih u UGT djelatnosti      | 1,23 | 0    | 0,7  | 0,95 | 0,85 | 1,32 | 1,57 | 1,57 |
| F. Broj postelja po stanovniku            | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    |
| G. Broj postelja u hotelima po stanovniku | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    |
| H. Broj turista po stanovniku             | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    |
| I. Broj noćenja po stanovniku             | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    |
| J. Udio zaposlenih u UGT djelatnosti      | 2,72 | 0    | 2,06 | 2,27 | 2,17 | 2,74 | 1,47 | 1,47 |
| ITR                                       | 3,95 | 0    | 2,76 | 3,23 | 3,02 | 4,06 | 3,04 | 3,04 |

Turistička zajednica Područja Srce Međimurja

Općina Nedelišće

| Pokazatelj                                | 2017  | 2018 | 2019  | 2020  | 2021  | 2022  | 2023  | 2024  |
|-------------------------------------------|-------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| A. Broj postelja                          | 1,47  | 1,59 | 1,59  | 1,59  | 1,66  | 1,5   | 1,5   | 1,52  |
| B. Broj postelja u hotelima               | 1,4   | 1,4  | 1,4   | 1,4   | 1,4   | 0     | 0     | 0     |
| C. Broj turista                           | 1,41  | 1,39 | 1,35  | 1,04  | 1,29  | 1,37  | 1,43  | 1,4   |
| D. Broj noćenja                           | 1,51  | 1,52 | 1,4   | 1,12  | 1,27  | 1,36  | 1,46  | 1,43  |
| E. Broj zaposlenih u UGT djelatnosti      | 1,89  | 1,8  | 1,96  | 1,95  | 1,83  | 1,9   | 1,84  | 1,83  |
| F. Broj postelja po stanovniku            | 0,84  | 0,95 | 0,96  | 0,96  | 1,05  | 0,92  | 0,92  | 0,94  |
| G. Broj postelja u hotelima po stanovniku | 1,32  | 1,33 | 1,33  | 1,33  | 1,36  | 0     | 0     | 0     |
| H. Broj turista po stanovniku             | 1,33  | 1,32 | 1,28  | 0,92  | 1,13  | 1,39  | 1,39  | 1,36  |
| I. Broj noćenja po stanovniku             | 0,8   | 0,81 | 0,71  | 0,49  | 0,62  | 0,72  | 0,78  | 0,76  |
| J. Udio zaposlenih u UGT djelatnosti      | 2,41  | 2,29 | 2,43  | 2,46  | 2,3   | 2,4   | 2,3   | 1,3   |
| ITR                                       | 14,38 | 14,4 | 14,41 | 13,31 | 14,03 | 11,49 | 11,59 | 10,84 |

Općine Sveti Juraj na Bregu

| Pokazatelj                                | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021  | 2022  | 2023 | 2024  |
|-------------------------------------------|------|------|------|------|-------|-------|------|-------|
| A. Broj postelja                          | 0,97 | 1,15 | 1,18 | 1,21 | 1,4   | 1,6   | 1,63 | 1,66  |
| B. Broj postelja u hotelima               | 0    | 0    | 0    | 0    | 0     | 0     | 0    | 0     |
| C. Broj turista                           | 0,67 | 0,8  | 0,79 | 0,83 | 1,01  | 1,07  | 1,14 | 1,27  |
| D. Broj noćenja                           | 0,74 | 0,81 | 1,13 | 0,96 | 1,13  | 1,46  | 1,43 | 1,53  |
| E. Broj zaposlenih u UGT djelatnosti      | 1,43 | 1,49 | 1,57 | 1,32 | 1,52  | 1,52  | 1,72 | 1,68  |
| F. Broj postelja po stanovniku            | 0,71 | 0,88 | 0,91 | 0,94 | 1,12  | 1,31  | 1,35 | 1,39  |
| G. Broj postelja u hotelima po stanovniku | 0    | 0    | 0    | 0    | 0     | 0     | 0    | 0     |
| H. Broj turista po stanovniku             | 0,92 | 1,06 | 1,06 | 1,1  | 1,29  | 1,36  | 1,43 | 1,57  |
| I. Broj noćenja po stanovniku             | 0,44 | 0,53 | 0,78 | 0,63 | 0,78  | 0,94  | 0,98 | 1,17  |
| J. Udio zaposlenih u UGT djelatnosti      | 2,78 | 2,74 | 2,78 | 2,51 | 2,63  | 2,75  | 2,9  | 1,45  |
| ITR                                       | 8,67 | 9,5  | 10,2 | 9,51 | 10,87 | 11,86 | 12,5 | 11,72 |

Općina Gornji Mihaljevec

| Pokazatelj                                | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|-------------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| A. Broj postelja                          | 0,26 | 0,53 | 0,53 | 0,53 | 0,7  | 0    | 0,26 | 0,41 |
| B. Broj postelja u hotelima               | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    |
| C. Broj turista                           | 0,06 | 0,06 | 0    | 0    | 0,07 | 0,08 | 0,08 | 0,07 |
| D. Broj noćenja                           | 0,09 | 0,09 | 0    | 0    | 0,1  | 0,1  | 0,1  | 0,1  |
| E. Broj zaposlenih u UGT djelatnosti      | 0,95 | 0,9  | 0    | 0    | 0    | 0,85 | 0,85 | 1,37 |
| F. Broj postelja po stanovniku            | 0,32 | 0,64 | 0,64 | 0,64 | 0,82 | 0    | 0,34 | 0,53 |
| G. Broj postelja u hotelima po stanovniku | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    |
| H. Broj turista po stanovniku             | 0,25 | 0,25 | 0    | 0    | 0,29 | 0,34 | 0,34 | 0,52 |
| I. Broj noćenja po stanovniku             | 0,09 | 0,09 | 0    | 0    | 0,11 | 0,12 | 0,12 | 0,21 |
| J. Udio zaposlenih u UGT djelatnosti      | 2,51 | 0    | 0    | 0    | 2,09 | 2,31 | 2,28 | 1,52 |
| ITR                                       | 4,52 | 1,65 | 1,17 | 1,17 | 2,09 | 3,15 | 4,37 | 4,9  |

## Općina Šenkovec

| Pokazatelj                                | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|-------------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| A. Broj postelja                          | 0,53 | 0,53 | 0,53 | 0,53 | 0,53 | 0,53 | 0,76 | 0,76 |
| B. Broj postelja u hotelima               | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    |
| C. Broj turista                           | 0,03 | 0,64 | 0,53 | 0,36 | 0,52 | 0,59 | 0,54 | 0,62 |
| D. Broj noćenja                           | 0,01 | 0,56 | 0,48 | 0,36 | 0,46 | 0,48 | 0,56 | 0,59 |
| E. Broj zaposlenih u UGT djelatnosti      | 0    | 1,28 | 1,36 | 1,49 | 1,04 | 1,52 | 1,43 | 1,48 |
| F. Broj postelja po stanovniku            | 0,49 | 0,49 | 0,49 | 0,49 | 0,51 | 0,51 | 0,73 | 0,74 |
| G. Broj postelja u hotelima po stanovniku | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    |
| H. Broj turista po stanovniku             | 0,1  | 1,1  | 0,97 | 0,75 | 0,98 | 1,1  | 1,01 | 1,11 |
| I. Broj noćenja po stanovniku             | 0,01 | 0,45 | 0,38 | 0,28 | 0,36 | 0,36 | 0,48 | 0,49 |
| J. Udio zaposlenih u UGT djelatnosti      | 0    | 2,04 | 2,19 | 2,3  | 1,85 | 2,4  | 2,28 | 1,16 |
| ITR                                       | 1,15 | 7,09 | 6,95 | 6,57 | 6,22 | 7,45 | 7,82 | 6,95 |

## Općina Strahoninec

| Pokazatelj                                | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|-------------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| A. Broj postelja                          | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    |
| B. Broj postelja u hotelima               | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    |
| C. Broj turista                           | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    |
| D. Broj noćenja                           | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    |
| E. Broj zaposlenih u UGT djelatnosti      | 0    | 0    | 0    | 0    | 1,04 | 1,18 | 0,95 | 1,1  |
| F. Broj postelja po stanovniku            | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    |
| G. Broj postelja u hotelima po stanovniku | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    |
| H. Broj turista po stanovniku             | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    |
| I. Broj noćenja po stanovniku             | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    |
| J. Udio zaposlenih u UGT djelatnosti      | 0    | 0    | 0    | 0    | 2,23 | 2,39 | 2,19 | 1,09 |
| ITR                                       | 0    | 0    | 0    | 0    | 3,28 | 3,56 | 3,14 | 2,2  |

## Prilog 4.

### Popis javne turističke infrastrukture

| RB | Kategorija JTI | vrsta                   | naziv                               | JLS                  |
|----|----------------|-------------------------|-------------------------------------|----------------------|
| 1  | Primarna JTI   | Kongresni centar        | Kongresni centar Terme Sveti Martin | Sveti Martin na Muri |
| 2  | Ostalo         | Kongresni centar        | Dom kulture Štrigova                | Štrigova             |
| 3  | Primarna JTI   | Centar za posjetitelje  | CZP Mlin na Muri                    | Sveti Martin na Muri |
| 4  | Ostalo         | Centar za posjetitelje  | Stara Kovačnica tradicijski obrt    | Nedelišće            |
| 5  | Ostalo         | Centar za posjetitelje  | Štrekari                            | Nedelišće            |
| 6  | Ostalo         | Centar za posjetitelje  | Svjetski centar Pušipela            | Štrigova             |
| 7  | Ostalo         | Centar za posjetitelje  | Med dvemi vodami                    | Mursko Središće      |
| 8  | Ostalo         | Centar za posjetitelje  | Mamičina škrinja                    | Vratišinec           |
| 9  | Primarna JTI   | Centar za posjetitelje  | Ekomuzej Međimurje malo             | Čakovec              |
| 10 | Primarna JTI   | Interpretacijski centar | Spomen park naftaštva               | Mursko Središće      |
| 11 | Ostalo         | Interpretacijski centar | Spomen dom rudarstva -Cimper        | Mursko Središće      |
| 12 | Primarna JTI   | Interpretacijski centar | Matulov grunt                       | Sveti Juraj na bregu |
| 13 | Primarna JTI   | Odmorište-vidikovac     | Ciklo odmorište G.Hrašćan           | Nedelišće            |
| 14 | Ostalo         | Odmorište-vidikovac     | Ciklo odmorište Slakovec kod Čige   | Nedelišće            |
| 15 | Ostalo         | Odmorište-vidikovac     | VIDIKOVAC MAĐERKIN BREG             | Štrigova             |
| 16 | Primarna JTI   | Odmorište-vidikovac     | CIAN odmorište                      | Prelog               |
| 17 | Primarna JTI   | Kupalište               | kupalište Čakovec                   | Čakovec              |
| 18 | Primarna JTI   | Biciklistička ruta      | Cycle in a Network                  | Čakovec              |
| 19 | Ostalo         | Biciklistička ruta      | Pušipelova                          | Čakovec              |
| 20 | Ostalo         | Biciklistička ruta      | Međimurska                          | Čakovec              |
| 21 | Ostalo         | Biciklistička ruta      | Državna magistralna dionica         | Čakovec              |
| 22 | Ostalo         | Biciklistička ruta      | Štrekarska                          | Čakovec              |
| 23 | Ostalo         | Biciklistička ruta      | DUSTER FASTER                       | Čakovec              |
| 24 | Ostalo         | Biciklistička ruta      | Svetomartinska Mura                 | Sveti Martin na Muri |
| 25 | Sekundarna JTI | Biciklistička ruta      | Hrastov hlad                        | Nedelišće            |
| 26 | Sekundarna JTI | Biciklistička ruta      | Staza od tri mosta                  | Nedelišće            |
| 27 | Sekundarna JTI | Biciklistička ruta      | Jabukin put                         | Nedelišće            |
| 28 | Sekundarna JTI | Biciklistička ruta      | Voda bez koda                       | Nedelišće            |

|    |                |                               |                                                                           |                                   |
|----|----------------|-------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|
| 29 | Primarna JTI   | Biciklistička ruta            | Amazon of Europe                                                          | Mursko Središće-<br>Donji Vidovec |
| 30 | Primarna JTI   | Biciklistička ruta            | Amazon of Europe                                                          | Donji Vidovec-<br>Prelog          |
| 31 | Primarna JTI   | Pješačke staze                | MEDIMURSKI PLANINARSKI PUT                                                | Čakovec                           |
| 32 | Ostalo         | Pješačke staze                | Svetomartinska Mura                                                       | Sveti Martin na Muri              |
| 33 | Primarna JTI   | Pješačke staze                | Kružna pješačka staza Mađerka                                             | Štrigova                          |
| 34 | Primarna JTI   | Pješačke staze                | Murska šetnica                                                            | Mursko Središće                   |
| 35 | Sekundarna JTI | Pješačke staze                | Sveti Juraj na Bregu                                                      | Sveti Juraj na Bregu              |
| 36 | Sekundarna JTI | Pješačke staze                | Čakovec – Sveti Juraj na bregu                                            | Sveti Juraj na Bregu<br>– Čakovec |
| 37 | Sekundarna JTI | Pješačke staze                | Školski put/Matulova staza                                                | Sveti Juraj na Bregu<br>– Čakovec |
| 38 | Sekundarna JTI | Pješačke staze                | Toplice Sveti Martin – Koncovčak – Gradišćak                              | Sveti Martin na Muri              |
| 39 | Sekundarna JTI | Pješačke staze                | Toplice Sveti Martin-Štrigova                                             | Sveti Martin na Muri              |
| 40 | Sekundarna JTI | Pješačke staze                | Štrigova -Vušivčak- Gibina                                                | Štrigova                          |
| 41 | Sekundarna JTI | Pješačke staze                | Mala štrigovska kružna ruta                                               | Štrigova                          |
| 42 | Primarna JTI   | Šetnice                       | EKO-turistička poučna pješačko biciklistička<br>staza Svetomartinska Mura | Sveti Martin na Muri              |
| 43 | Primarna JTI   | Šetnice                       | Šetnica sv. Barbare                                                       | Mursko Središće                   |
| 44 | Primarna JTI   | Vozila-plovila za prijevoz... | Skela na rijeci Muri                                                      | Sveti Martin na Muri              |
| 45 | Ostalo         | Vozila-plovila za prijevoz... | Mlin na rijeci Muri                                                       | Sveti Martin na Muri              |
| 46 | Primarna JTI   | Info ploče, tur.signalizacija | Smeđa signalizacija                                                       | Čakovec                           |
| 47 | Ostalo         | Info ploče, tur.signalizacija | Smeđa signalizacija                                                       | Čakovec                           |
| 48 | Ostalo         | Info ploče, tur.signalizacija | Smeđa signalizacija                                                       | Čakovec                           |
| 49 | Ostalo         | Info ploče, tur.signalizacija | Smeđa signalizacija                                                       | Čakovec                           |
| 50 | Ostalo         | Info ploče, tur.signalizacija | Smeđa signalizacija                                                       | Čakovec                           |
| 51 | Ostalo         | Info ploče, tur.signalizacija | Smeđa signalizacija                                                       | Čakovec                           |
| 52 | Ostalo         | Info ploče, tur.signalizacija | Smeđa signalizacija                                                       | Čakovec                           |
| 53 | Ostalo         | Info ploče, tur.signalizacija | Smeđa signalizacija                                                       | Čakovec                           |
| 54 | Ostalo         | Info ploče, tur.signalizacija | Smeđa signalizacija                                                       | Čakovec                           |
| 55 | Ostalo         | Info ploče, tur.signalizacija | Smeđa signalizacija                                                       | Čakovec                           |
| 56 | Ostalo         | Info ploče, tur.signalizacija | Smeđa signalizacija                                                       | Čakovec                           |
| 57 | Ostalo         | Info ploče, tur.signalizacija | Smeđa signalizacija                                                       | Čakovec                           |

|    |                |                               |                                    |                      |
|----|----------------|-------------------------------|------------------------------------|----------------------|
| 58 | Ostalo         | Info ploče, tur.signalizacija | Smeđa signalizacija                | Čakovec              |
| 59 | Ostalo         | Info ploče, tur.signalizacija | Smeđa signalizacija                | Čakovec              |
| 60 | Ostalo         | Info ploče, tur.signalizacija | Smeđa signalizacija                | Čakovec              |
| 61 | Ostalo         | Info ploče, tur.signalizacija | Smeđa signalizacija                | Čakovec              |
| 62 | Ostalo         | Info ploče, tur.signalizacija | Smeđa signalizacija                | Čakovec              |
| 63 | Ostalo         | Info ploče, tur.signalizacija | Smeđa signalizacija                | Čakovec              |
| 64 | Ostalo         | Info ploče, tur.signalizacija | Smeđa signalizacija                | Čakovec              |
| 65 | Ostalo         | Info ploče, tur.signalizacija | Smeđa signalizacija                | Čakovec              |
| 66 | Ostalo         | Info ploče, tur.signalizacija | INFO PLOČA - Sveti Martin na Muri  | Sveti Martin na Muri |
| 67 | Ostalo         | Info ploče, tur.signalizacija | Info ploča                         | Nedelišće            |
| 68 | Ostalo         | Info ploče, tur.signalizacija | Info ploča                         | Nedelišće            |
| 69 | Ostalo         | Info ploče, tur.signalizacija | Info ploča                         | Nedelišće            |
| 70 | Ostalo         | Info ploče, tur.signalizacija | Info ploča                         | Nedelišće            |
| 71 | Ostalo         | Info ploče, tur.signalizacija | Info ploča                         | Nedelišće            |
| 72 | Ostalo         | Info ploče, tur.signalizacija | Info ploča                         | Nedelišće            |
| 73 | Ostalo         | Info ploče, tur.signalizacija | Info ploča                         | Nedelišće            |
| 74 | Ostalo         | Info ploče, tur.signalizacija | Info ploča                         | Nedelišće            |
| 75 | Ostalo         | Info ploče, tur.signalizacija | Info ploča                         | Nedelišće            |
| 76 | Ostalo         | Info ploče, tur.signalizacija | Turistička signalizacija           | Štrigova             |
| 77 | Ostalo         | Info ploče, tur.signalizacija | Info ploče Međimurske vinske ceste | Štrigova             |
| 78 | Ostalo         | Info ploče, tur.signalizacija | Info ploče pješačke staze Mađerka  | Štrigova             |
| 79 | Primarna JTI   | Info ploče, tur.signalizacija | AoE bike trail info ploča          | Mursko Središće      |
| 80 | Primarna JTI   | Info ploče, tur.signalizacija | AoE bike trail info ploča          | Prelog               |
| 81 | Primarna JTI   | Dvorci,kurije,utvrde          | Stari Zrinskih                     | Čakovec              |
| 82 | Primarna JTI   | Dvorci,kurije,utvrde          | Pavlini samostan svete Jelene      | Šenkovec             |
| 83 | Sekundarna JTI | Sportski objekti              | Mini golf - Smart Golf igralište   | Čakovec              |
| 84 | Ostalo         | Sportski objekti              | Stadion SRC Mladost                | Čakovec              |
| 85 | Ostalo         | Sportski objekti              | Streljana Čakovec                  | Čakovec              |
| 86 | Ostalo         | Sportski objekti              | Kuglana SRC "Mladost" Čakovec      | Čakovec              |
| 87 | Ostalo         | Sportski objekti              | Macanov dom                        | Čakovec              |
| 88 | Ostalo         | Sportski objekti              | Sportski objekt Sloga              | Čakovec              |
| 89 | Ostalo         | Sportski objekti              | Skate park Čakovec                 | Čakovec              |

|     |                |                          |                                                             |                      |
|-----|----------------|--------------------------|-------------------------------------------------------------|----------------------|
| 90  | Ostalo         | Sportski objekti         | Teniski tereni "Franjo Punčec"                              | Čakovec              |
| 91  | Ostalo         | Sportski objekti         | Novi teniski tereni "Franjo Punčec"                         | Čakovec              |
| 92  | Ostalo         | Sportski objekti         | Sportska dvorana Graditeljske škole<br>Čakovec              | Čakovec              |
| 93  | Ostalo         | Sportski objekti         |                                                             | Nedelišće            |
| 94  | Sekundarna JTI | Sportski objekti         | Sportska dvorana OŠ Štrigova                                | Štrigova             |
| 95  | Sekundarna JTI | Sportski objekti         | Sportski centar Štrigova                                    | Štrigova             |
| 96  | Sekundarna JTI | Sportski objekti         | Sportsko igralište                                          | Štrigova             |
| 97  | Sekundarna JTI | Rodna kuća poznate osobe | Rodna kuća Lavoslava Kralja Međimurca                       | Čakovec              |
| 98  | Sekundarna JTI | Plutajući objekti        | Skela Sveti Martin                                          | Sveti Martin na Muri |
| 99  | Ostalo         | Plutajući objekti        | Mlin na Muri Žabnik                                         | Sveti Martin na Muri |
| 100 | Sekundarna JTI | Parkirališta             | Ul. V Morandinja - ispred tržnice                           | Čakovec              |
| 101 | Ostalo         | Parkirališta             | Ul. V Morandinja - ispred poslovnice PBZ<br>banke           | Čakovec              |
| 102 | Ostalo         | Parkirališta             | Ul. Valenta Moransinja - tržnica                            | Čakovec              |
| 103 | Ostalo         | Parkirališta             | Ul. Valenta Moransinja - ispred ljekarne                    | Čakovec              |
| 104 | Ostalo         | Parkirališta             | Ul. Tome Masaryka - ispred pošte                            | Čakovec              |
| 105 | Ostalo         | Parkirališta             | Ul. Ruđera Boškovića - ispred zgrade<br>Međimurske županije | Čakovec              |
| 106 | Ostalo         | Parkirališta             | Ul. Kralja Tomislava                                        | Čakovec              |
| 107 | Ostalo         | Parkirališta             | Trg Eugena Kvaternika - zapadna strana                      | Čakovec              |
| 108 | Ostalo         | Parkirališta             | Trg Eugena Kvaternika - istočna strana                      | Čakovec              |
| 109 | Ostalo         | Parkirališta             | Park Rudolfa Kropka                                         | Čakovec              |
| 110 | Ostalo         | Parkirališta             | Ul. J.J. Strossmayera - iza PBZ banke                       | Čakovec              |
| 111 | Ostalo         | Parkirališta             | Ul. J.J. Strossmayera - kod zgrade političkih<br>stranaka   | Čakovec              |
| 112 | Ostalo         | Parkirališta             | Ul. Matice Hrvatske                                         | Čakovec              |
| 113 | Ostalo         | Parkirališta             | Ul. Otokara Keršovanija                                     | Čakovec              |
| 114 | Ostalo         | Parkirališta             | Ul. Tome Masaryka - između starog i novog<br>passagea       | Čakovec              |
| 115 | Ostalo         | Parkirališta             | Ul. Tome Masaryka - iza Međimurke i Centra<br>za kulturu    | Čakovec              |
| 116 | Ostalo         | Parkirališta             | Ul. Jakova Gotovca - oko poslovnog centra<br>Konzum         | Čakovec              |

|     |                |                      |                                                                                |                      |
|-----|----------------|----------------------|--------------------------------------------------------------------------------|----------------------|
| 117 | Ostalo         | Parkirališta         | Ul. Ivana Mažuranića - kod depadanse Doma umirovljenika                        | Čakovec              |
| 118 | Ostalo         | Parkirališta         | Ul. Dr. Ante Starčevića                                                        | Čakovec              |
| 119 | Ostalo         | Parkirališta         | Ul. Ruđera Boškovića - kod zgrade suda                                         | Čakovec              |
| 120 | Ostalo         | Parkirališta         | Ul. Matice Hrvatske - iza bivšeg MTČ-a                                         | Čakovec              |
| 121 | Ostalo         | Parkirališta         | Ul. Valenta Morandinića - iza ljekarne                                         | Čakovec              |
| 122 | Ostalo         | Parkirališta         | Ul. I. G. Kovačića - uz igralište Macanovog doma                               | Čakovec              |
| 123 | Ostalo         | Parkirališta         | Ul. I. G. Kovačića - iza igralište Macanovog doma                              | Čakovec              |
| 124 | Ostalo         | Parkirališta         | Marofska ulica                                                                 | Čakovec              |
| 125 | Ostalo         | Parkirališta         | Ul. I. G. Kovačića - uz istočnu ogradu Županijske bolnice                      | Čakovec              |
| 126 | Ostalo         | Parkirališta         | Ul. ZAVNOH-a - uz južnu ogradu Županijske bolnice                              | Čakovec              |
| 127 | Ostalo         | Parkirališta         | Ul. Franje Punčeca - kod PC Aurorra                                            | Čakovec              |
| 128 | Ostalo         | Parkirališta         | Planinarski put - uz PC Japa                                                   | Čakovec              |
| 129 | Ostalo         | Parkirališta         | Ul. Ljudevita Gaja - iza Čakovečkih mlinova                                    | Čakovec              |
| 130 | Ostalo         | Parkirališta         | Ul. Lavoslava Ružičke - ispred DV Cvrčak                                       | Čakovec              |
| 131 | Ostalo         | Parkirališta         | Ul. Josipa Kozarca - od ul. S. Radića do ul. Schulteissa                       | Čakovec              |
| 132 | Ostalo         | Parkirališta         | Ul. A. Schulteissa - od raskršća J. Kozarca do S. Radića                       | Čakovec              |
| 133 | Ostalo         | Parkirališta         | Svetojelenska cesta - sjeverno od ograde Županijske bolnice                    | Čakovec              |
| 134 | Ostalo         | Parkirališta         | Zrinsko- Frankopanska - između dva rotora                                      | Čakovec              |
| 135 | Ostalo         | Parkirališta         | Zrinsko- Frankopanska - kod Hotela Park                                        | Čakovec              |
| 136 | Ostalo         | Parkirališta         | Zrinsko- Frankopanska, Vukovarska - uz zapadni i sjeverni dio Perivoja Zrinski | Čakovec              |
| 137 | Ostalo         | Parkirališta         | Vukovarska - uz stambeni blok V. Nazora                                        | Čakovec              |
| 138 | Ostalo         | Parkirališta         | CENTAR SVMM                                                                    | Sveti Martin na Muri |
| 139 | Ostalo         | Parkirališta         | groblje                                                                        | Nedelišće            |
| 140 | Ostalo         | Parkirališta         | centar                                                                         | Nedelišće            |
| 141 | Ostalo         | Parkirališta         | Stari Čakovec ili Muzej Međimurja Čakovec                                      | Čakovec              |
| 142 | Sekundarna JTI | Arheološka nalazišta | Halicanum                                                                      | Sveti Martin na Muri |

|     |                |                         |                                          |                      |
|-----|----------------|-------------------------|------------------------------------------|----------------------|
| 143 | Sekundarna JTI | Povijesni spomenici     | Stari Zrinskih                           | Čakovec              |
| 144 | Ostalo         | Povijesni spomenici     | Crkva Sv. Nikole i Franjevački samostan  | Čakovec              |
| 145 | Ostalo         | Povijesni spomenici     | Crkva sv. Martina biskupa                | Sveti Martin na Muri |
| 146 | Ostalo         | Povijesni spomenici     | Spomenik Nikoli Zrinskom                 | Nedelišće            |
| 147 | Ostalo         | Povijesni spomenici     | Crkva sv. Jeronima                       | Štigova              |
| 148 | Ostalo         | Povijesni spomenici     | Pil sv. Josipa                           | Štigova              |
| 149 | Ostalo         | Povijesni spomenici     | Pil sv. Florijana                        | Štigova              |
| 150 | Ostalo         | Povijesni spomenici     | Pil sv. Roka                             | Štigova              |
| 151 | Sekundarna JTI | Javni sanitarni čvorovi | Javni WC                                 | Čakovec              |
| 152 | Ostalo         | Javni sanitarni čvorovi | Javni sanitarni čvor Dom kulture Štigova | Štigova              |

## Popis tablica

|                                                                                                                                                                                                      |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tablica 1. Turistički promet u 2024. godini po zemljama porijekla turista .....                                                                                                                      | 12 |
| Tablica 2. Smještajni objekti prema vrstama na području obuhvata 2024. godina .....                                                                                                                  | 16 |
| Tablica 3. Smještajni objekti prema vrstama na području TZG Čakovca 2024. godina .....                                                                                                               | 16 |
| Tablica 4. Smještajni objekti prema vrstama na području TZG Preloga 2024. godina .....                                                                                                               | 16 |
| Tablica 5. Smještajni objekti prema vrstama na području TZO Sveti Martin na Muri 2024. godina .....                                                                                                  | 17 |
| Tablica 6. Smještajni objekti prema vrstama na području TZO Štrigova 2024. godina .....                                                                                                              | 17 |
| Tablica 7. Smještajni objekti prema vrstama na području TZP Mura i gorice 2024. godina .....                                                                                                         | 17 |
| Tablica 8. Smještajni objekti prema vrstama na području TZP Srce Međimurja 2024. godina .....                                                                                                        | 17 |
| Tablica 9. Broj kreveta po vrsti smještaja i kategorizaciji 2024. godina .....                                                                                                                       | 18 |
| Tablica 10. Ugostiteljski objekti na području županije .....                                                                                                                                         | 19 |
| Tablica 11. Turističke atrakcije cjelokupne destinacije (popis) .....                                                                                                                                | 21 |
| Tablica 12. Javna turistička infrastruktura cjelokupne destinacije (popis) .....                                                                                                                     | 30 |
| Tablica 13. Pokazatelji održivosti na razini destinacije cjelokupne destinacije .....                                                                                                                | 48 |
| Tablica 14. ZL-1 – Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika u vrhu turističke sezone .....                                                                                             | 50 |
| Tablica 15. ZL-2 – Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom .....                                                                                                                                 | 51 |
| Tablica 16. ZT-1 – Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji .....                                                                                                                             | 51 |
| Tablica 17. PD-1 – Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom .....                                                                                                            | 52 |
| Tablica 18. SD-1 – Broj organiziranih turističkih ambulanti .....                                                                                                                                    | 53 |
| Tablica 19. UVR-1 – Omjer potrošnje vode po turističkom noćenju u odnosu na prosječnu potrošnju vode po stalnom stanovniku destinacije .....                                                         | 54 |
| Tablica 20. GO-1 – Omjer količine komunalnog otpada nastale po noćenju turista i količine otpada koje generira stanovništvo u destinaciji .....                                                      | 55 |
| Tablica 21. BR-1 – Udio zaštićenih područja u destinaciji u ukupnoj površini destinacije .....                                                                                                       | 56 |
| Tablica 22. BR-1 – UEN-1 – Omjer potrošnje električne energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju električne energije stalnog stanovništva destinacije .....                               | 57 |
| Tablica 23. UPK-1 – Uspostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika .....                                                                                                  | 58 |
| Tablica 24. TP-1 – Ukupan broj dolazaka turista u mjesecu s najvećim opterećenjem .....                                                                                                              | 59 |
| Tablica 25. TP-2 – Prosječna duljina boravka turista u destinaciji .....                                                                                                                             | 60 |
| Tablica 26. PGS-1 – Broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane ..                                                                                            | 61 |
| Tablica 27. Poslovni prihod gospodarskih subjekata pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane ..                                                                                             | 62 |
| Tablica 28. Poslovni prihod gospodarskih subjekata (obveznika poreza na dobit) u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane po JLS .....                                       | 62 |
| Tablica 29. TI-1 Turistička infrastruktura .....                                                                                                                                                     | 63 |
| Tablica 30. TI-1 Turistička infrastruktura .....                                                                                                                                                     | 65 |
| Tablica 31. OUP-1 – Broj ostvarenih noćenja u smještajnim objektima destinacije po hektaru izgrađenog građevinskog područja JLS .....                                                                | 68 |
| Tablica 32. Skupni izračun obveznih pokazatelja prihvatnog kapaciteta destinacije Sv. Marin na Muri .....                                                                                            | 70 |
| Tablica 33. Stav o turizmu kao faktoru povećanja blagostanja stanovnika destinacije Sv. Marin na Muri ...                                                                                            | 71 |
| Tablica 34. Omjer broja kreveta u komercijalnom smještaju te kućama i stanovima za odmor u odnosu na 100 stanovnika destinacije Sv. Marin na Muri .....                                              | 72 |
| Tablica 35. Omjer broja kreveta u nekomercijalnom smještaju u odnosu na 100 stanovnika destinacije Sv. Marin na Muri .....                                                                           | 74 |
| Tablica 36. Omjer broja smještajnih objekata u domaćinstvu te kućama i stanovima za odmor u odnosu na broj stanova za stalno stanovanje destinacije Sv. Marin na Muri .....                          | 75 |
| Tablica 37. Omjer broja smještajnih objekata u domaćinstvu te kućama i stanovima za odmor u odnosu na broj stanova za stalno stanovanje destinacije Sv. Marin na Muri .....                          | 76 |
| Tablica 38. Struktura smještajnih kapaciteta izražena u postotnim udjelima destinacije Sv. Marin na Muri .....                                                                                       | 77 |
| Tablica 39. Intenzitet stacionarnog, komercijalnog i nekomercijalnog, turizma kao omjer prosječnog broja turista po stanovniku u vršnim danima turističke sezone destinacije Sv. Marin na Muri ..... | 79 |
| Tablica 40. Nezadovoljstvo radi gužve na ulicama, trgovima, atrakcijama destinacije Sv. Marin na Muri ....                                                                                           | 80 |

|                                                                                                                                                                                                                            |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tablica 41 Koncentracija materijalnih atrakcija na odabranim područjima destinacije/definiranim zonama destinacije Sv. Marin na Muri .....                                                                                 | 81  |
| Tablica 42 Koncentracija ugostiteljskih sadržaja na odabranim područjima destinacije/definiranim zonama destinacije Sv. Marin na Muri .....                                                                                | 82  |
| Tablica 43 Kakvoća zraka na mjernim stanicama na području destinacije tijekom razdoblja lipanj – rujan u odnosu na ostatak godine destinacije Sv. Marin na Muri .....                                                      | 84  |
| Tablica 44 Utjecaj turizma na izgled destinacije Sv. Marin na Muri .....                                                                                                                                                   | 85  |
| Tablica 45 Utjecaj turizma na korištenje javnog prostora destinacije Sv. Marin na Muri .....                                                                                                                               | 86  |
| Tablica 46 Utjecaj turizma na korištenje javnog prostora destinacije Sv. Marin na Muri .....                                                                                                                               | 87  |
| Tablica 47 Razina buke u danima vršne turističke sezone u odnosu na ostatak godine u zonama mješovite namjene po danu i noći destinacije Sv. Marin na Muri .....                                                           | 89  |
| Tablica 48 Iritacija razinom buke u vrijeme turističke sezone destinacije Sv. Marin na Muri .....                                                                                                                          | 90  |
| Tablica 49. Utjecaj buke na kvalitetu boravka destinacije Sv. Marin na Muri .....                                                                                                                                          | 92  |
| Tablica 50. Udio stambenih jedinica turističke namjene (komercijalni i nekomercijalni kapaciteti) u ukupnom broju stambenih jedinica destinacije Sv. Marin na Muri .....                                                   | 93  |
| Tablica 51. Maksimalni potencijal izgradnje na neizgrađenim i izgrađenim dijelovima građevinskog područja naselja mješovite namjene destinacije Sv. Marin na Muri .....                                                    | 95  |
| Tablica 52. Mogućnosti nove stambene izgradnje na neizgrađenim površinama mješovite namjene građevinskog područja naselja destinacije Sv. Marin na Muri.....                                                               | 97  |
| Tablica 53. Utjecaj pretvaranja stanova u turističke apartmane na kvalitetu života destinacije Sv. Marin na Muri .....                                                                                                     | 98  |
| Tablica 54. Vršno opterećenje i udio objekata u lancu turizma (hoteli, komercijalni i nekomercijalni smještaj, ugostiteljski objekti i sl. u vršnom opterećenju) – voda destinacije Sv. Marin na Muri .....                | 100 |
| Tablica 55. Vršno opterećenje i udio objekata u lancu turizma (hoteli, komercijalni i nekomercijalni smještaj, ugostiteljski objekti i sl. u vršnom opterećenju) - električna energija destinacije Sv. Marin na Muri ..... | 101 |
| Tablica 55. Broj djelatnika na održavanju javnih površina u odnosu na m <sup>2</sup> javnih površina koje se održavaju destinacije Sv. Marin na Muri .....                                                                 | 102 |
| Tablica 57. Kapaciteti (ljudski i tehnološki) za odvoz otpada destinacije Sv. Marin na Muri .....                                                                                                                          | 103 |
| Tablica 58. Iritacija neprimjereno odloženim otpadom tijekom turističke sezone destinacije Sv. Marin na Muri .....                                                                                                         | 105 |
| Tablica 59. Procjena (ekspertna) kapaciteta prometne infrastrukture u odnosu na volumen prometa na odabranim pravcima/točkama u danima vršne turističke sezone destinacije Sv. Marin na Muri .....                         | 106 |
| Tablica 60. Procjena kapaciteta i iskorištenosti parkirališta u razdoblju vršne turističke sezone destinacije Sv. Marin na Muri.....                                                                                       | 107 |
| Tablica 61. Iritacija gužvom u prometu tijekom turističke sezone destinacije Sv. Marin na Muri .....                                                                                                                       | 108 |
| Tablica 62. Zadovoljstvo prometom u mjestu destinacije Sv. Marin na Muri .....                                                                                                                                             | 110 |
| Tablica 63. Kretanje broja stanovnika u (posljednjem) desetogodišnjem razdoblju destinacije Sv. Marin na Muri .....                                                                                                        | 111 |
| Tablica 64. Iritacija gužvom i specifično gužvama na ulicama/javnim površinama destinacije Sv. Marin na Muri .....                                                                                                         | 112 |
| Tablica 65. Indeks priuštivosti stana destinacije Sv. Marin na Muri .....                                                                                                                                                  | 113 |
| Tablica 66. Raspoloživost dodatne radne snage destinacije Sv. Marin na Muri .....                                                                                                                                          | 114 |
| Tablica 67. Mjera 1.1. Razvoj cjelogodišnjih i visokovrijednih turističkih proizvoda .....                                                                                                                                 | 125 |
| Tablica 68. Mjera 1.2. Povezivanje turizma i lokalne ekonomije (kratki lanci i lokalni proizvodi) .....                                                                                                                    | 125 |
| Tablica 69. Mjera 1.3. Poticanje poduzetništva i zapošljavanja u turizmu.....                                                                                                                                              | 126 |
| Tablica 70. Mjera 2.1. Razvoj kulturno-turističkih doživljaja .....                                                                                                                                                        | 126 |
| Tablica 71. Mjera 3.1. Edukacija i komunikacija o odgovornom ponašanju u prirodi .....                                                                                                                                     | 127 |
| Tablica 72. Mjera 3.2. Podrška održivom upravljanju posjetiteljima u prirodnim područjima .....                                                                                                                            | 127 |
| Tablica 73. Mjera 3.3. Poticanje zelenih praksi u turističkom sektoru .....                                                                                                                                                | 127 |
| Tablica 74. Mjera 4.1. Uključivo i transparentno upravljanje .....                                                                                                                                                         | 128 |
| Tablica 75. Mjera 4.2. Inkluzija i pristupačnost .....                                                                                                                                                                     | 128 |
| Tablica 76. Mjera 4.3. Jačanje kompetencija i etičkih standarda .....                                                                                                                                                      | 128 |

|                                                                                               |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tablica 77. Mjera 5.1. Razvoj turističke i rekreacijske infrastrukture u području LTZ .....   | 129 |
| Tablica 78. Mjera 5.2. Digitalna infrastruktura i informiranje .....                          | 129 |
| Tablica 79. Mjera 6.1. Razvoj lokalnog identiteta LTZ unutar brenda „Održivo Međimurje“ ..... | 130 |
| Tablica 80. Mjera 6.2. Storytelling i promocijske kampanje.....                               | 130 |
| Tablica 81. Cjelokupni popis ciljeva, mjera i aktivnosti .....                                | 131 |

### Popis slika

|                                                                                                        |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Slika 1. Indeks turističke razvijenosti za 2023. godinu .....                                          | 5  |
| Slika 2. Pregled referentnih vrijednosti osnovnih pokazatelja turističke razvijenosti u prostoru ..... | 48 |
| Slika 3. Popis obveznih pokazatelja .....                                                              | 49 |

### Popis grafikona

|                                                                 |    |
|-----------------------------------------------------------------|----|
| Grafikon 1. Struktura noćenja u 2024. godini.....               | 13 |
| Grafikon 2. Turistički promet po mjesecima u 2024. godina ..... | 14 |