

Turistička valorizacija materijalne kulturne baštine Međimurja

Novak, Sanda

Master's thesis / Diplomski rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:808984>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-17**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)



SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN



DIPLOMSKI RAD br. 401/PE/2022

**TURISTIČKA VALORIZACIJA MATERIJALNE KULTURNE
BAŠTINE MEĐIMURJA**

Sanda Novak

Varaždin, rujan 2022.

SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN

Studij Poslovna ekonomija



DIPLOMSKI RAD br. 401/PE/2022

**TURISTIČKA VALORIZACIJA MATERIJALNE KULTURNE
BAŠTINE MEĐIMURJA**

Studentica:

Sanda Novak

Mentorica:

doc. dr. sc. Dijana Vuković

Komentorica:

doc. dr. sc. Damira Keček

Varaždin, rujan 2022.

Prijava diplomskog rada

Definiranje teme diplomskog rada i povjerenstva

ODJEL	Odjel za ekonomiju		
STUDIJ	diplomski sveučilišni studij Poslovna ekonomija		
PRISTUPNIK	Sanda Novak	MATIČNI BROJ	0067559703
DATUM	05.09.2022.	KOLEGIJ	Istraživanje turističkih destinacija
NASLOV RADA	Turistička valorizacija materijalne kulturne baštine Međimurja		

NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU	Tourism valorization of the tangible cultural heritage of Međimurje County
-----------------------------	--

MENTOR	Dijana Vuković	ZVANJE	doc.dr.sc.
--------	----------------	--------	------------

ČLANOVI POVJERENSTVA	red.prof.dr.sc. Anica Hunjet, predsjednik
1.	doc.dr.sc. Marina Gregorić, član
2.	doc.dr.sc. Dijana Vuković, član
3.	doc.dr.sc. Damira Keček, komentorica
4.	doc.dr.sc. Jošo Lozić, zamjenski član
5.	

Zadatak diplomskog rada

BROJ	401/PE/2022
------	-------------

OPIS

Kulturni turizam kao jedan od selektivnih oblika turizma je dio ponude svake turističke destinacije. Kako je Međimurje županija kontinentalne Hrvatske u najvećoj se mjeri turizam županije temelji upravo na kulturnom turizmu. Nematerijalna i materijalna kulturna baština jedni su od resursa koji stvaraju temelj za kreiranje kulturnih atrakcija te proizvoda pa samim time i kulturnog turizma. U radu će se obraditi:

- * povijest, pojam i resursi kulturnog turizma,
- * profili kulturnih turista,
- * kulturna materijalna baština,
- * kulturna baština Međimurja uz naglasak na materijalnu baštinu.
- * atrakcijska osnova za razvoj turizma u Međimurju
- * istraživanje o Međimurskoj županiji kao destinaciji kulturnog turizma i stvaranje podloge za
- * zaključak o budućnosti razvoja turističke destinacije Međimurja.

ZADATAK URUČEN 08. 09. 2022.



[Handwritten signature]

SAŽETAK

Temeljne vrijednosti nekog naroda oduvijek je predstavljala njegova kultura. Materijalna i nematerijalna baština tih kultura jest ono što ih čini prepoznatljivim, drugačijim, zanimljivijim te na kraju i konkurentnim ukoliko se ona prepoznata i kvalitetno promovira. S razvojem kulture i turizma u suvremenom svijetu dolazi do pojave kulturnog turizma kao jednog od posebnih oblika turizma. „Obični“ turisti postaju kulturni turisti, motivirani novim doživljajima te upoznavanjem, ali i sudjelovanjem u tradicijskim običajima nekog naroda. Kreiranje atraktivnog kulturnog sadržaja ne stvara toliko veliki izazov za nositelja turističke ponude koliko to stvara smjer razvoja tih atrakcija, a to je održiv smjer razvoja koji omogućava konzumiranje tih dobara narednim generacijama. Razvoj održivog turizma, prirodne ljepote i kulturna bogatstva, ali i geografski položaj te dobra prometna povezanost doprinijeli su izgradnji turističke destinacije Međimurja koja svojim stalnim ulaganjima i poboljšanjima svake godine privlači sve više turista. Problem istraživanja ovog rada predstavlja nedostatna iskorištenost i prepoznatljivost kulturnog turističkog proizvoda Međimurja, a predmet istraživanja trenutno stanje turističke ponude županije kao i mogućnosti unapređenja kroz kulturni turizam. Hipotezama postavljenim u ovom radu, Međimurje se nastoji potvrditi kao destinacija kulturnog turizma s mogućnošću unapređenja postojećih i stvaranja dodatnih kulturnih atrakcija.

Ključne riječi: kulturni turizam, kulturni turisti, turizam Međimurja, kulturna baština

ABSTRACT

The peoples core values have always been represented by their culture. Tangible and intangible heritage of those cultures is what makes them recognizable, different, interesting but also competitive if they are recognized and well promoted. With the world growth of culture and tourism occurs cultural tourism as a special form of tourism. „Regular“ tourists became cultural tourists, motivated by new experiences and getting to know but also being a part of cultural traditions. Creating an attractive cultural content is not such a challenge for the tourist supply holder as is the direction of attraction growth, and that is sustainable growth which will allow for those goods to be consumed by all future generations. Development of sustainable tourism, natural inheritance and cultural wealth, as well as geographical location and good transport connections have contributed to building the tourist destination Medjmurje which with its constant investments and improvements attracts more tourists every year. The research problem of this paper is the insufficient utilization and recognition of the cultural tourism product of Medjmurje county and the subject of the research is the current state of the county's tourist offer as well as the possibilities of improvement through cultural tourism. With hypotheses set in this paper, Medjmurje is trying to be confirmed as a destination of cultural tourism with the possibility of improving existing and creating additional cultural attractions.

Key words: cultural tourism, cultural tourists, tourism of Medjmurje county, cultural heritage

SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
1.1. Problem i predmet istraživanja	2
1.2. Ciljevi i hipoteze rada	2
1.3. Izvori i metode prikupljanja podataka	3
1.4. Struktura rada.....	3
2. KULTURNI TURIZAM.....	5
2.1. Pojmovno određenje kulturnog turizma.....	5
2.2. Povijesni razvoj kulturnog turizma.....	7
2.3. Profili kulturnih turista.....	7
2.4. Učinci razvoja kulturnog turizma	10
3. PONUDA, POTRAŽNJA I ODRŽIVOST KULTURNOG TURIZMA.....	12
3.1. Ponuda i potražnja u kulturnom turizmu nekada i sada.....	12
3.2. Resursi u kulturnom turizmu	13
3.3. Kulturna materijalna baština	14
3.4. Revitalizacija kulturne baštine.....	15
4. KULTURNA BAŠTINA MEĐIMURJA	17
4.1. Prirodno geografski uvjeti valorizacije kulturne materijalne baštine Međimurja	17
4.2. Društveno geografski uvjeti valorizacije kulturne materijalne baštine Međimurja.....	18
4.3. Razvoj turizma u Međimurju	20
4.4. Analiza posebnosti kulturne materijalne baštine	22
4.5. Atrakcijska osnova za razvoj turizma u Međimurju	29
4.6. Kulturni turizam kao selektivni oblik turizma u Međimurju	31
5. EMPIRIJSKI DIO RADA.....	33
5.1. Metodologija istraživanja.....	33
5.2. Ciljevi i hipoteze rada	33

5.3. Diskusija rezultata istraživanja	34
5.4. Ograničenja istraživanja.....	45
5.5. Zaključak istraživanja	45
6. ZAKLJUČAK	47
LITERATURA	48
PRILOZI	56

1. UVOD

Tema diplomskog rada pod naslovom *Turistička valorizacija materijalne kulturne baštine Međimurja* odabrana je iz nekoliko razloga. Kao prvo, turizam neke države vrlo je opširan pojam u smislu analize njegovog prošlog, trenutnog i budućeg stanja. Turistička ponuda i potražnja određene županije već je korak naprijed u detaljnijoj i točnijoj analizi traženih elemenata pa se tako ovaj rad bazira na turizmu Međimurske županije. Dio turističke ponude destinacije predstavlja i njegova nematerijalna te materijalna baština. Svaka pojedina zemlja, regija i naselje može se pohvaliti jedinstvenom kulturno-povijesnom baštinom koja je temelj onoga što destinacija danas jest. Valorizacija se može opisati kao mjera iskorištenosti određenog kulturnog dobra te kako ono može doprinijeti povećanju interesa turista, a samim time i stvarati prihod. Kako je materijalna baština valorizirana ovisi pak o interesima i mogućnostima same turističke destinacije. Drugo, kada se razmišlja o Međimurju uglavnom se osvrće na bogatstvo prirodnih ljepota, kulturno-zabavne manifestacije te eno-gastronomiju. Sve navedeno uzeto u obzir, ovaj rad želi čitatelju približiti Međimursku županiju i raznolikost njegovih prirodnih ljepota, ali i Međimurje kao destinaciju kulturnog turizma te prikazati bogatstvo materijalne kulturne baštine. Teorijski dio ovog rada temelji se na pojmu kulturnog turizma i njegovom razvoju kroz povijest te se opisuju kulturni turisti. Prikazuju se prirodno-društveno-geografska obilježja Međimurja te razvoj turizma županije. Analizira se materijalna kulturna baština, prikazuju atrakcije Međimurja te kulturni resursi koji privlače turiste i posjetitelje. U istraživačkom djelu rada dokazuju se hipoteze postavljene s ciljem dokazivanja Međimurja kao destinacije kulturnog turizma, daljnjeg razvoja destinacije na kulturnom turizmu kao i segmenti destinacije koji pospješuju takav razvoj.

1.1. Problem i predmet istraživanja

Problem istraživanja predstavlja nedovoljna prepoznatljivost kulturnog turističkog proizvoda Međimurja odnosno nedovoljna iskorištenost i turistička valorizacija cjelokupne ponude kulturne baštine u županiji. Predmet istraživanja je, s jedne strane, sagledavanje trenutnog stanja valorizacije kulturne baštine u Međimurju te njezino značenje i prepoznatljivost, ne samo od strane posjetitelja i turista već i od strane domaćeg stanovništva. Odražavajući posebnost identiteta proizašlog iz povijesti prostora omeđenog dvjema rijekama te opisanog brojnim pričama, Međimurje je prepoznatljiva i konkurentna srednjoeuropska turistička regija dinamičnog i zdravog odmora koja se aktivnim i zainteresiranim posjetiteljima predstavlja bogatom mrežom inovativnih sadržaja u ambijentu bajkovitih gorica i ruralnih prostora, zanimljivih gradova, zaštićene flore i faune te nedirnutih meandara i snažnih voda. Maksimizirajući zaštitu i razvojni potencijal prirodne i kulturne baštine, upravljanje turizmom Međimurske županije u budućnosti se mora temeljiti na integriranom destinacijskom i županijskom upravljanju te poticajnoj poduzetničkoj turističkoj politici usmjerenoj na stvaranje prilika za poduzetničku aktivnost te financijsko i nefinancijsko poticanje. S druge strane, kako bi turistička valorizacija materijalne kulturne baštine bila što prepoznatljiva, potrebno je sagledavati sve mogućnosti i budućnost razvoja kulturnog turizma kao selektivnog oblika turizma u Međimurju. Turizam uvelike utječe na gospodarstvo, prirodni i izgrađeni okoliš, lokalno stanovništvo neke turističke destinacije te na same posjetitelje. Što znači da rastom turizma u nekoj zemlji raste i njena konkurencija, razvija se bolja infrastruktura, lokalno stanovništvo upoznaje posjetitelje kulturom svojeg područja. Pomoću lokalnog stanovništva razvija se *storytelling* koji posjetiteljima omogućuje bolje upoznavanje s kulturom te jedinstveni i autentični doživljaj.

1.2. Ciljevi i hipoteze rada

Cilj rada je utvrditi smjer budućeg razvoja Međimurja kao destinacije u segmentu kulturnog turizma, kao i utvrditi koje su to značajke koje doprinose odnosno koje omogućuju turističke valorizacije materijalne kulturne baštine županije.

Hipoteza 1: Kulturni turizam u Međimurju je primarni motiv dolaska posjetitelja.

Obrazloženje hipoteze H1: Međimurje je prepoznato kao destinacija s dugom i značajnom povijesti te raznolikošću kulture, bogatstva prirodne i kulturne baštine.

Hipoteza 2: Razvoj kulturnog turizma ovisi o angažmanu lokalnog stanovništva.

Obrazloženje hipoteze H2: Daljnji razvoj kulturnog turizma kao specifičnog oblika turizma povezan je s ambicijama i željama lokalnog stanovništva za valorizacijom i promoviranjem iste.

Hipoteza 3: Geografski položaj i dobra prometna povezanost doprinose razvoju cjelogodišnjeg turizma u Međimurju.

Obrazloženje hipoteze H3: S obzirom na položaj Međimurske županije i vrlo dobru prometnu povezanost s ostatkom Hrvatske i inozemstvom, razvoj cjelogodišnjeg turizma u županiji može doseći visoku razinu budući da se turizam u velikoj mjeri bazira na prirodnim i kulturnim bogatstvima županije.

1.3. Izvori i metode prikupljanja podataka

Pisanje teorijskog dijela ovog rada bazira se na sekundarnim podacima koji su prikupljeni istraživanjem za stolom, a uključuju knjige, elektroničke članke i časopise koji su povezani s temom rada te stručni radovi koji obrađuju sličnu tematiku. Empirijski dio rada odnosi se na provedeno istraživanje autora, gdje su primarni podaci prikupljeni online anketnim upitnikom izrađenog u programu *Google obrasci*, a koji je proveden metodom slučajnog uzorka na onim ispitanicima koji nisu iz Međimurja, ali su ga barem jednom posjetili.

1.4. Struktura rada

Diplomski rad je podijeljen u šest glavnih poglavlja, uključujući uvod i zaključak rada. Sažetak rada prethodi glavnim poglavljima, a u njemu se na hrvatskom i engleskom jeziku uvodi čitatelja u temeljne pojmove i cilj rada. U *Uvodu* su prije svega opisani temelji istraživačkog rada odnosno predmet i problem istraživanja, zatim se iznose ciljevi i hipoteze rada te izvori i metode prikupljanja podataka.

Nakon uvodnog dijela slijedi poglavlje *Kulturni turizam* u kojem se kulturni turizam definira kao pojam te se prikazuje njegov povijesni razvoj, nakon čega su opisani profili kulturnih turista i učinci razvoja kulturnog turizma.

Treće poglavlje rada pod naslovom *Ponuda, potražnja i održivost kulturnog turizma* obrađuje ponudu i potražnju u kulturnom turizmu u prošlosti i sadašnjosti, opisuje kulturni turizam kroz resurse koji ga karakteriziraju te se obrađuje pojam kulturne materijalne baštine i revitalizacija kulturne baštine.

U četvrtom poglavlju, *Kulturna baština Međimurja*, obrađuju se prirodno geografski i društveno geografski uvjeti valorizacije kulturne materijalne baštine Međimurja, kao i razvoj turizma u Međimurju kroz povijest. Analiziraju se posebnosti kulturne materijalne baštine i prikazuje atrakcijska osnova koja uvjetuje razvoj turizma te se sagledavaju resursi kulturnog turizma kao selektivnog oblika turizma u Međimurju.

Peto poglavlje pod naslovom *Empirijski dio rada* odnosi se na istraživački dio rada odnosno iznosi se metodologija istraživanja, analiziraju se rezultati istraživanja kao i zadane hipoteze i ciljevi s obzirom na te rezultate. Na kraju poglavlja riječ je o ograničenjima u istraživanju.

Na kraju rada, u *Zaključku*, zaokružuje se teorijski i empirijski dio istraživanja nakon čega slijedi popis literature korištene u radu te popis grafičkih prikaza i prilozi.

2. KULTURNI TURIZAM

Ovo poglavlje opisuje pojam kulturnog turizma, od njegova nastanka i povijesti do toga što on predstavlja danas te koji su to učinci koje razvoj kulturnog turizma ima na cjelokupno gospodarstvo, a zatim i na turizam te okolinu određene destinacije. Kulturni turizam predstavlja jedan od najvažnijih specifičnih oblika turizma, koji su pak nastali kao rezultat pojave masovnog turizma. Turističke destinacije koje svoje proizvode i usluge promoviraju kroz kulturu i baštinu mogu privući ogroman broj posjetitelja pa unatoč tome što su se specifični oblici turizma razvili kao odgovor na masovni turizam i nastojanje za specijaliziranim vrstama usluga, kulturni turizam opet može pridonijeti „stvaranju“ masovnog turizma.

2.1. Pojmovno određenje kulturnog turizma

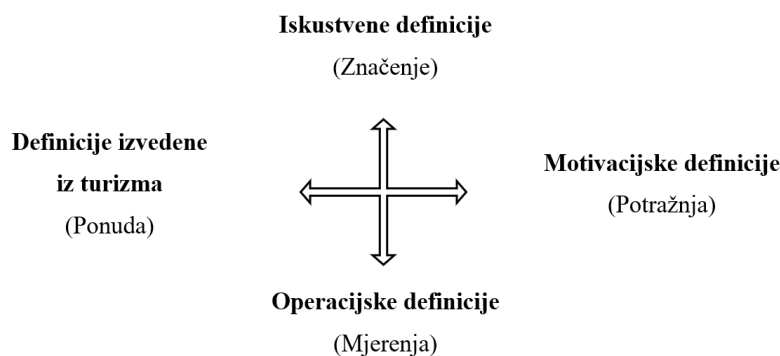
Različiti autori opisuju pojam kulturnog turizma, no ono što je ključno i zajedničko u svim definicijama je djelomična ili potpuna povezanost motiva putovanja s nekim aspektom kulture same destinacije.

Važna definicija jest ona Svjetske turističke organizacije koja kulturni turizam definira kao „*oblik turističke aktivnosti u kojoj je glavna motivacija posjetitelja učenje, otkrivanje, iskustvo i konzumiranje materijalnih i nematerijalnih kulturnih atrakcija ili proizvoda u turističkoj destinaciji. Takve atrakcije ili proizvodi se odnose na skup karakterističnih materijalnih, intelektualnih, duhovnih i emocionalnih obilježja društva koje obuhvaćaju umjetnost i arhitekturu, povijesno i kulturno naslijeđe, gastronomsko naslijeđe, književnost, glazbu, kreativne industrije i žive kulture sa svojim načinom života, vrijednostima, uvjerenjima i tradicijama*“ (UNWTO, 2019).

U Strategiji razvoja kulturnog turizma, kulturni turizam definira se kao „*posjet osoba izvan njihovog stalnog mjesta boravka motiviran u cijelosti ili djelomično interesom za povijest, umjetnost, naslijeđe ili stil života lokaliteta, regije, grupe ili institucije; a tom definicijom kultura obuhvaća opipljivu kulturu – muzeje, galerije, koncerte, kazališta, spomenika i povijesne lokalitete te neopipljivu kulturu – običaje i tradiciju*“ (MTRH, 2003:5).

Različita stajališta i široka priroda pojma kulturnog turizma dovela je do definiranja kulturnog turizma kroz četiri različita pristupa i to kroz definicije izvedene iz turizma, motivacijske definicije, iskustvene definicije te operativne definicije (Richards, 2003:5).

Slika 1. prikazuje podjelu definicijskih područja kulturnog turizma odnosno tumačenja definicija kulturnog turizma prema različitim stajalištima.



Slika 1. *Definicijska područja kulturnog turizma*

Izvor: Richards, G. (2003). What is Cultural Tourism?

Iskustvene definicije bave se prirodnim fenomenom kulturnog turizma i nastoje saznati koji su to motivi koji potiču turiste na posjet kulturnim atrakcijama. Takve definicija kulturnog turizma jest primjerice već spomenuta definicija Svjetske turističke organizacije koja govori o kulturnom turizmu kao učenju i otkrivanju te zadovoljavanju kulturnih potreba.

Operacijske definicije odnosno mjerni pristup definiranju kulturnog turizma jest više s praktičnog nego li filozofskog stajališta jer se briga ovdje vodi o ograničenjima praktičnih problema i evaluacije kulturnog turizma. Svjetska turistička organizacija definirala je kulturni turizam u ovom pristupu kao „kretanja osoba prvenstveno radi kulturnih motivatora kao što su studijske ture, umjetničke ture ili kulturne ture, putovanje na festivale i ostale kulturne događaje, posjet lokalitetima i muzejima...; Razlika u „općoj definiciji“ kulturnog turizma Svjetske turističke organizacije i onoj iz praktičnog pristupa jest mogućnost razdvajanja kulturnih turista od ostalih posjetitelja.

Definicije koje su izvedene iz turizma označavaju pristup u kojem su svi turisti koji posjećuju kulturne atrakcije kulturni turisti pa se kulturni turizam razmatra kroz uključene kulturne resurse.

Posljednji pristup definiranju prema motivaciji turista definira kulturni turizam kroz proizvode i resurse te samu svrhu dolaska posjetitelja u destinaciju. (Richards, 2003:5-10). O kulturnim resursima koji su povezani uz ovakav pristup definiranju kulturnog turizma govori se u trećem poglavlju ovog rada.

2.2. Povijesni razvoj kulturnog turizma

Kulturni turizam, iako jedan od najstarijih selektivnih oblika turizma, još danas ostaje jedan od oblika kojeg se ne može točno definirati. Aktivnostima i mjestima koja su se posjećivala, a koje se danas nazivaju kulturnim sadržajem te vrstom putovanja koja se danas naziva kulturnim turizmom, putovalo se još u doba starih Rimljana koji su putovali u Grčku i Egipat. Takva putovanja koja su uključivala razgled povijesnih lokaliteta, posjet festivalima, događajima te muzejima bila su dio šireg leksikona aktivnosti razgledavanja koja su formirala cjelovito turističko iskustvo (Du Cros, McKercher, 2015:4).

Pojam kulturnog turizma u akademskom smislu ulazi u uporabu 80-ih godina 20. stoljeća, ali točno vrijeme nastanka kulturnog turizma kao pojave nepoznat je autorima zbog toga jer se svako putovanje može okarakterizirati kulturnim turizmom gdje putnik svjesno ili nesvjesno upoznaje kulturu određene destinacije. Još se za putnike iz pretkolumbovskog doba smatra kako su bili kulturni turisti jer su osim zbog vjerskih razloga i rata, putovali zbog upoznavanja kultura različitih od vlastitih (Jelinčić, 2008:52).

2.3. Profili kulturnih turista

Kako bi se mogao kreirati odgovarajući turistički proizvod te pratiti učinci razvoja takvog proizvoda potrebna je segmentacija tržišta. Podjela tržišta na različite segmente kupaca omogućava stvaranje diferenciranog proizvoda za svaku određenu grupu. S druge strane, turistima je olakšan odabir turističke destinacije i proizvoda koji su osmišljeni upravo za njih.

Prema motivima putovanja vezanih uz kulturu, koja različite turiste potiču na putovanje, razlikuju se tri tipa turista:

- Turisti motivirani kulturom,
- Turisti inspirirani kulturom i
- Turisti privučeni kulturom.

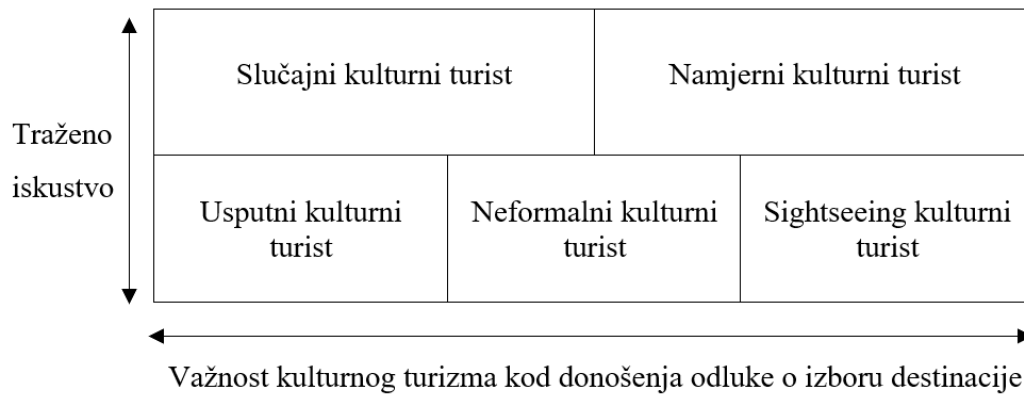
U svakoj od podjela, kultura je u većoj ili manjoj mjeri povezana s motivom dolaska posjetitelja i turista u neku destinaciju. U najvećoj mjeri zastupljeni su turisti inspirirani kulturom koje u destinaciju privlače poznate kulturne atrakcije ili događaji te kulturni lokaliteti, a specifičnost je u tome što su oni tek djelomično motivirani kulturnom te će posjetiti kulturne atrakcije ako im je to jednostavno i financijski prihvatljivo. Drugi u redu po zastupljenosti jesu turisti

privučeni kulturom za koje je specifično neplanirani posjet kulturnim atrakcijama, već se posjete odvijaju ukoliko su informirani o njima te ako su ponuđene tijekom boravka u destinaciji. Najmanju grupu kulturnih turista čine oni koji su motivirani kulturom, a kojima su zanimljiva elitna kulturna događanja i turistički paketi (MTRH, 2003:6).

U definiranju kulturnih turista, teško je odrediti točne pozicije odnosno granice u koje se svrstavaju pojedini turisti i posjetitelji. Postoje dva pristupa kojima se kreće u odgovaranju na pitanje tko je kulturni turist. S jedne strane, turist posjećuje određenu turističku destinaciju kako bi posjetio specifične kulturne atrakcije, dok se s druge strane turist našao u situaciji gdje mu se pružila prilika za posjet određenoj kulturnoj atrakciji, ali o tome nije vodio brigu kod odabira destinacije. Unatoč dobro strukturiranoj teorijskoj podjeli postoje problemi u razlikovanju spomenutih tipova kulturnih turista u praksi. Problem se javlja zbog činjenice što se u brojnim tržišnim istraživanjima nastoje prikupiti informacije o aktivnostima i lokalitetima koje turisti koriste u destinaciji, a vrlo je malen broj onih koji direktno žele razgraničiti je li razlog posjete destinaciji kulturnog karaktera ili pak su kulturne aktivnosti usputne. Osim spomenuta dva tipa turista, postoje i oni koji imaju karakteristike oba kao i dodatne motive koji ih potiču na putovanje. Tržišna istraživanja na temu kulturnih turista rijetko daju rezultate koji se mogu kvalitetno usporediti i obraditi što dovodi do segmentacije tržišta kulturnog turizma na nekoliko grupa, od kojih se svaka blago razlikuje od prethodne – u ciljevima putovanja, aktivnostima te zadovoljavanju određenih potreba. Iako još uvijek nedovoljno jasna granica koja uključuje određeni tip turista, segmentacija tržišta na tipove kulturnih turista omogućuje tržištu turističke ponude maksimiziranje turističkog doživljaja uz sagledavanje specifičnosti za svaku od grupa (Du Cros, McKercher, 2015:121). Tipologija kulturnih turista tako se može podijeliti na sljedeće grupe (Rabotić, 2013:190):

- Usputni kulturni turist koji ne posjećuje neku destinaciju potaknut kulturom, ali sudjeluje u aktivnostima vezanima uz kulturu i ostvaruje „plitko“ iskustvo;
- Neformalni kulturni turist ima slabu motivaciju za posjet destinacije zbog kulture te ima „plitak“ doživljaj;
- Sightseeing kulturni turist putuje iz kulturnih motiva no njegov doživljaj se sastoji uglavnom od razgledavanja poznatih kulturnih atrakcija;
- Slučajni kulturni turist ne posjećuje određenu destinaciju zbog kulture, ali u samoj destinaciji neplanirano konzumira kulturne sadržaje i ostvaruje „dubok“ doživljaj;
- Namjerni kulturni turist putuje motiviran kulturom te ostvaruje neposredan i „dubok“ kulturni doživljaj.

Na Slici 2. vidljiva je opisana podjela kulturnih turista te odnos traženog iskustva i važnosti kulturnog turizma kod donošenja odluke o izboru određene destinacije.



Slika 2. Tipologija kulturnog turista

Izvor: Du Cros, H., McKercher, B. (2015). Cultural Tourism: A cultural tourist typology. Routledge, str.123

Institut za turizam je 2008. godine proveo istraživanje o stavovima i potrošnji posjetitelja kulturnih atrakcija i događanja u Hrvatskoj. Ukupno je ispitano 2450 ispitanika na kulturnim atrakcijama i događanjima. Na temelju analize turističke potražnje i potrošnje došli su do sljedećih zaključaka vezanih uz profil kulturnih turista (Tomljenović, Marušić; 2009):

- Prevladavaju posjetitelji srednje i mlađe dobi (77%), s nešto većim udjelom muškaraca (53%) nego žena (47%)
- Posjetitelji galerija i muzeja stariji su od prosjeka, a na događanjima prevladavaju posjetitelji mlađe dobi
- Većina ima ukupna mjesečna primanja kućanstva od 7.300,00 do 21.900,00 kuna te posjetitelji galerija i muzeja imaju više prihode od prosjeka, a oni na događanjima niže prihode od prosjeka
- Kulturni turisti su uglavnom fakultetski obrazovani ili sa završenom višom školom
- Među kulturnim turistima prevladavaju inozemni posjetitelji (62%), a najviše turisti iz Italije, Njemačke, Francuske i Velike Britanije
- Veći je udio inozemnih kulturnih turista kojima je to prvi posjet zemlji u odnosu na one koji ljetuju na obali
- Kulturni turisti uglavnom ostvaruju noćenje u mjestu u kojem se nalazi kulturna atrakcija ili događaj

Sagledavajući sve karakteristike određenih profila turista kulturnog turizma, teško je razlučiti i izričito definirati pojedine segmente budući da velika većina putovanja kao motivaciju sadržava neki oblik kulturnih sadržaja destinacije te je kao takav on vrlo važan, ako ne i najbitniji za cjelokupni razvoj turističke destinacije.

2.4. Učinci razvoja kulturnog turizma

Kultura se oduvijek promatrala kao sektor koji je gotovo u cijelosti ovisio o državnom proračunu i nije imao vlastite prihode. Najveći značaj za kulturni turizam predstavlja upravo promjena u načinu privređivanja. Iako se u velikom djelu još uvijek ovisilo o državnom proračunu, nedostajalo je potrebnih sredstava pa se različite kulturne ustanove i projekti okreću alternativnim izvorima financiranja – promidžba kulture kao turistički resurs. Time se ne samo promijenio način financiranja već i čitav koncept kulturne ustanove koja postaje ekonomska kategorija (Jelinčić, 2008:23).

Kada je riječ o problemima vezanih uz održivost, najčešće se naglasak stavlja na socio-kulturološke utjecaje koje turizam donosi. Takvi utjecaju na kulture i živote lokalnih zajednica određene turističke destinacije mogu biti pozitivni i negativni. Neki od pozitivnih učinaka koje kulturni turizam može imati na zajednicu, kulturu i živote ljudi jesu:

- stavljanje fokusa na i upoznavanje zajednica i njihovih kultura,
- osnaživanje kulturnog identiteta,
- očuvanje autentičnosti tradicija,
- međukulturna razmjena i obostrana edukacija,
- naglašavanje kulturne unikatnosti i raznolikosti te
- pozitivno djelovanje i profitiranje sveukupne zajednice od turizma.

S druge strane, negativni učinci razvoja kulturnog turizma mogu se pojaviti kao:

- prevelika izloženost lokalnih zajednica i njihovih kultura,
- gubitak kulturnog identiteta,
- namještena odnosno lažna autentičnost i ublažavanje kulturnih tradicija,
- neželjeni konflikti vezani uz demonstraciju kulture,
- standardizacija kulture te
- generacijski ili rodni sukobi zbog turizma (Smith, 2015:177).

Kulturni turizam omogućava posjetiteljima upoznavanje različitih aspekata neke kulture u destinaciji u koju se putuje te tako obogaćuje turiste novim znanjima, a moguće i lokalno stanovništvo znanjem od strane posjetitelja i boljim razumijevanjem turističke potražnje u cijelosti. Razvoj kulturnog turizma pa i razvoj turizma općenito može imati pozitivne i negativne posljedice na cjelokupno gospodarstvo, a zatim i na lokalnu zajednicu. U nastojanju za boljom promocijom i posjećenosti destinacije može doći do neželjenog efekta gdje se narušavaju kulturna, ali i prirodna dobra destinacije te samim time umanjuje turistički doživljaj. U vremenu kada su i one najudaljenije i izolirane destinacije te njihove kulture postale „lako“ dostupne široj masi, sve se češće javljaju problemi oko narušavanja prirodnih i kulturnih dobara destinacije. Tržište turističke ponude značajno se proširilo od vremena početka masovnog turizma, ali se masovnost turizma vraća ili zadržava u određenim destinacijama. Upravo zbog toga, treba racionalno i održivo postupati prema svim resursima koji se uključuju u turističku ponudu određene destinacije kako bi se ona mogla razvijati u sadašnjosti kao i u budućnosti.

3. PONUDA, POTRAŽNJA I ODRŽIVOST KULTURNOG TURIZMA

Svaki segment okoline u kojoj živimo znatno se mijenjao kroz povijest pa tako i turizam odnosno turistička ponuda s jedne strane te potrošačeve potrebe s druge strane. Iako već ranije spomenuta činjenica kako se ne može sa sigurnošću odrediti početak kulturnog turizma, ipak se može zaključiti kako se kontinuiranim stvaranjem novih potreba turista istovremeno razvija sve veća i raznovrsnija ponuda turističkih proizvoda i usluga. Takav proizvod ili uslugu potrebno je pak razvijati na održiv način i prema temeljnim vrijednostima lokalnih zajednica koje se vežu uz određeni kulturni proizvod.

3.1. Ponuda i potražnja u kulturnom turizmu nekada i sada

Motivi turističkih putovanja su se u prošlosti temeljili na bijegu iz svakodnevne rutine prema novom i drugačijem, a sve u kontekstu duhovnog i fizičkog odmora pojedinca. 80-ih godina 20. stoljeća turisti postaju sve obrazovaniji i zasićeni jednoličnom ponudom destinacija. Takvoj potražnji prilagođava se turistička ponuda koja stvara nove specijalizirane oblike turizma među kojima se našao i kulturni turizam. U to vrijeme javlja se sve više akademskih istraživanja na temu kulturnog turizma kako bi se kultura i kvaliteta ponude zaštitila i održivo razvijala. (Jelinčić, 2008:54)

Turizam i kultura u Europi oduvijek su bili blisko povezani. Europski kontinent bio je važna destinacija onima koje je privlačilo bogato kulturno i povijesno naslijeđe, a borba konkurentnu poziciju na tržištu nije zaobišla ni taj segment. Europa je izgubila tržišni udio kulturnih turista od zemalja koje su shvatile što „novi“ potrošači žele, a koji im iskustvo novog doživljaja i kulturnog obrazovanja nude u udaljenijim destinacijama po prihvatljivim cijenama. U isto vrijeme kada su „Grand turisti“ sakupljali kulturne doživljaje po cijeloj Europi, sakupljali su se kulturni artefakti u cijelom svijetu i osnivali su se prvi muzeji za javnost. Noviteti poput muzeja, izložbi i ostalih kulturnih manifestacija za javnu upotrebu pomogli su cjelokupnom razvoju turizma. Kulturni motivi pokretali su turistička putovanja sve do Prvog svjetskog rata. 1960-ih godina u Europi se odvija masovni turizam koji se temeljio na standardiziranim proizvodima u ponudi turoperatora, a kultura je bila na drugom mjestu. Za mnoge, kultura je bila dio proizvoda i nije se smatrali zasebnim segmentom turističke ponude. Turizam i kultura paralelno su se razvijali, a broj kulturnih turista bio je broj „običnih“ turista. U današnje vrijeme to više nije tako već se različiti ponuđači u kulturnom turizmu, kao jednom od selektivnih

oblika turizma, bore za poziciju na tržištu te konstantno unapređuju svoju ponudu. (Richards, 1996:3-6)

U odnosu na nekadašnje turiste, danas su oni iskusni putnici koji znaju što žele vidjeti, okusiti i doživjeti. Svrha putovanja nije isključivo putovanje i bijeg od svakodnevice već se radi o želji za novim iskustvima kakva do sad još nisu doživjeli. Na Slici 3. prikazane su tako s jedne strane potrebe turista nekad te turističke potrebe i zahtjevi suvremenih turista s druge strane.

Turistički potrošači nekad	Turistički potrošači danas
Neiskusni	Iskusni
Neupućeni	Upućeni
Homogeni	Heterogeni
Isplanirani	Spontani
Predvidivi	Nepredvidivi
Željni odmora	Uz odmor traže i druge sadržaje
Putuju u skupini	Individualci
Bježe od svakodnevice	Upotpunjavaju svakodnevicu novim doživljajima
Ovisni	Neovisni

Slika 3. *Turistički potrošači nekad i danas*

Izvor: Vrtiprah, V. (2006). Kulturni resursi kao činitelji turističke ponude u 21. stoljeću: Turistička ponuda i potražnja u globalizacijskim procesima. *Ekonomski misao i praksa*, 15(2), str. 279-296.

Turističke potrebe i potražnju u kulturnom turizmu slijede iste promjene. Iako se na kulturu nekog naroda odnosno destinacije ne može bitno utjecati, moguće je osuvremeniti kulturni turistički proizvod na način da se zadovolje potrebe turista, a opet zadrži tradicija i kultura. Tako se jedna kultura, njezini običaji i tradicijske pjesme mogu spojiti u jedan kulturni turistički proizvod te na atraktivan i zanimljiv način predstaviti turistima koji posjećuju turističku destinaciju.

3.2. Resursi u kulturnom turizmu

Sa ekonomskog stajališta, resursi označavaju sva materijalna i nematerijalna dobra koja se mogu valorizirati odnosno gospodarski iskoristiti ili čimbenike koji se koriste u proizvodnji proizvoda i usluga te čine dio realnoga bruto domaćeg proizvoda. S druge strane, turistički

resursi objašnjavaju se kao sredstva koja mogu pridonijeti određenoj svrsi u turizmu s time da njihove karakteristike moraju imati visoki stupanj privlačnosti za određene segmente turističke potražnje. (Čavlek et al., 2011:125-126)

Resursi u kulturnom turizmu mogu se podijeliti na:

- spomenike (sakralni i javni spomenici, povijesne zgrade, dvorci i palače, vrtovi i parkovi, utvrde, arheološki predjelo, industrijske-arheološke građevine),
- muzeje (folklorni i umjetnički muzeji)
- rute (kulturno-povijesne i umjetničke)
- zabavne centre (kulturno-povijesni, arheološki, arhitektonski, glazbeni centri),
- kulturno-povijesni događaji (vjerski, svjetovni i folklorni festivali),
- umjetnički događaji (izložbe i festivali). (Pančić Kombol, 2006:215)

Kada je riječ o kulturnim resursima u Hrvatskoj, prema istraživanju stupnja turističke atraktivnosti kulturnih resursa koje je provedeno među predstavnicima županijskih turističkih zajednica, slijede zaključci:

- u Hrvatskoj postoji bogatstvo urbanih i ruralnih povijesnih sredina,
- postoje mnogi objekti, a osobito oni pod zaštitom UNESCO-a koji mogu postati internacionalne atrakcije,
- osim materijalnih bogatstava, Hrvatska ima brojna nematerijalna dobra koja čine temelj interpretacije kulturnih resursa;

Unatoč raznovrsnim i takoreći kvalitetnim kulturnim resursima ipak postoje zapreke u njihovu razvoju i nedovoljnoj iskorištenosti te neadekvatnoj valorizaciji. (MTRH, 2003:10-11).

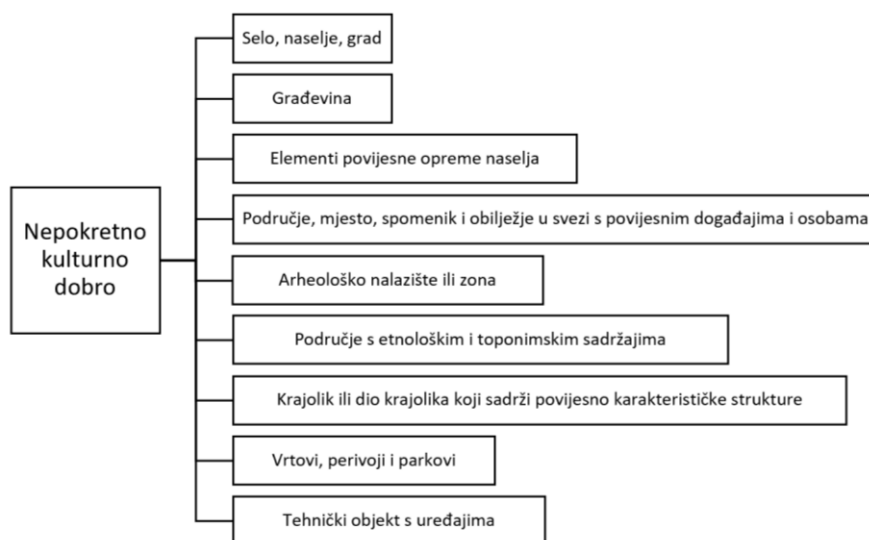
3.3. Kulturna materijalna baština

„Kulturna baština uključuje artefakte, spomenike, skupine građevina i lokaliteta koji imaju različite vrijednosti uključujući simbolički, povijesni, umjetnički, estetski, etnološki ili antropološki, znanstveni i društveni značaj.“ (UIS, 2009:25)

Čovjek je oduvijek pripadao nekoj hordi, plemenu ili kasnije narodu. Svo to vrijeme unutar određenog naroda značilo je razvoj specifičnih običaja i stvaranje vlastitih tradicija. To je pak pogodovalo razvitku različitih kultura izričaja, ponašanja i rada koje postaju identitet samog naroda odnosno predstavljaju dio kulturne baštine naroda. Kulturna baština se općenito može

podijeliti na materijalnu i nematerijalnu. Nematerijalna baština uglavnom nastaje prenošenjem s koljena na koljeno i usmenom predajom običaja određene skupine ljudi na nekom geografskom položaju, dok materijalna kulturna baština predstavlja ono što je čovjek izradio vlastitom rukom ili pak pronašao u prirodi. (Horvat Majzek, 2018:69)

Ministarstvo kulture i medija definira nepokretno kulturno dobro kao „*graditeljsku baštinu od pojedinačne građevine prema cjelini (skupina građevina) odnosno područje (krajolik)*“ (Ministarstvo kulture i medija, 2022), a na Slici 4. prikazana je njegova podjela.



Slika 4. Podjela nepokretnih kulturnih dobara

Izvor: Izrada autora prema Ministarstvo kulture i medija. (2022). Nepokretna kulturna baština

Različita literatura daje različite, skraćene ili proširene podjele materijalne kulturne baštine, ali temelji su isti – opipljiva je i uključuje različite povijesne građevine, spomenike te lokalitete kao i predmete karakteristične za neku kulturu.

3.4. Revitalizacija kulturne baštine

„Održivi razvoj turizma temelji se na uravnoteženom upravljanju ekološkim, socio-kulturnim i ekonomskim razvojem koji će očuvati socio-kulturni identitet lokalne zajednice, unaprijediti njihovu kvalitetu života i osigurati im blagostanje, dok će razvojem kvalitetnih turističkih proizvoda i usluga unaprijediti kvalitetu i zadovoljstvo doživljaja turista, a sve to uz racionalnu upotrebu i očuvanje resursa za dugoročno generiranje navedenoga i mogućnosti da se tim resursima koriste budući naraštaji.“ (Klarin, 2018:47)

U Strategiji razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine ističe se činjenica stalnog razvitka kulturnog turizma koji će se kontinuirano razvijati i uvelike doprinijeti rastu ukupnog turističkog sektora zemlje. Posebno je važna segmentacija tržišta i stvaranje takvog kulturnog proizvoda koji će zadovoljiti svaki profil turista kao i ostvariti dobro ne samo za lokalne zajednice već i za sam okoliš. (NN 55/2013)

Turistička destinacija koja svoj turizam želi tek početi razvijati ili pak unaprijediti ga preko kulturnih sadržaja mora u obzir uzeti i neke od sljedećih inicijativa (Gržinić, 2019:100-102):

- storytelling – povezivanje povijesne tradicije i običaja sa modernim pristupom i tehnologijom odnosno stvaranje turističkom proizvoda koji će na suvremeni način prezentirati povijest određenog naroda,
- inovativan proizvod – osmišljavanje novog turističkog proizvoda i prilagođavanje različitim segmentima potrošača,
- uključivanje lokalnog stanovništva u planiranje i kreiranje proizvoda,
- unapređenje infrastrukture,
- stvaranje autentičnog doživljaja.

Dobar primjer održivog razvoja kulturno-turističkog proizvoda te ranije spomenutog *storytelling*-a je projekt Istra Inspirit. Projekt je zasnovan na nematerijalnoj baštini te zamišljen na način da spaja turiste i lokalno stanovništvo u promociji kulturne turističke destinacije. Autentične povijesne priče prilagođavaju se suvremenom kontekstu – određenom vremenu, mjestu i publici. (Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, 2020)

Pojam revitalizacije objašnjava se kao „*ponovno oživljavanje čega, oživljavanje djelovanja, ponovno davanje života čemu*“ (Hrvatski jezični portal, 2022). Oživljavanje kulturne baštine važno je ne samo zbog kreiranja turističke ponude destinacije već i zbog održavanja kulture nekog naroda „živom“. Iako se u današnje vrijeme destinacije kulturnog turizma uglavnom baziraju na povijesnim građevinama, kultura nekog naroda te način na koji je ona predstavljena kreira diferenciran turistički proizvod kojeg će turisti znati cijeniti.

4. KULTURNA BAŠTINA MEĐIMURJA

Kroz povijest, običaji i tradicije prenosili su se s koljena na koljeno, a spomenici i ostala materijalna baština očuvala kako bi sve buduće generacije imale priliku uživati i učiti iz nje. Kulturna baština nekog kraja karakteristična je upravo za to područje pa će se u ovom poglavlju, nakon pregleda prirodno i društveno geografskih uvjeta te pregleda turizma županije, analizirati materijalna kulturna baština Međimurja. Na kraju ovog poglavlja sagledava se atrakcijska osnova za razvoj turizma u županiji te se govori o kulturnom turizmu Međimurja.

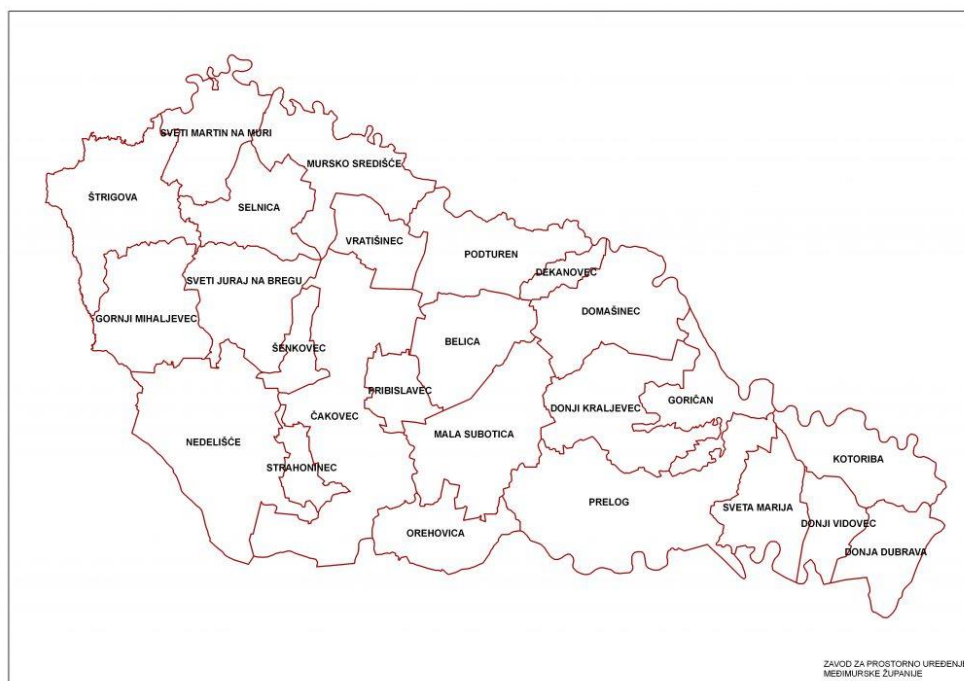
4.1. Prirodno geografski uvjeti valorizacije kulturne materijalne baštine Međimurja

Međimurje je smješteno na krajnjem sjeveru Hrvatske te je omeđeno rijekama Murom i Dravom. Županija graniči sa Slovenijom i Mađarskom, na mjestu gdje završava Panonska nizina i počinju Alpe. Sa brežuljcima na zapadu, plodnim ravnicama na istoku, obalama dviju rijeka te bogatom florom i faunom, Međimurje je jedno od rijetkih područja koje sadržava takvu prirodnu raznolikost. Međimurska županija predstavlja vrata Hrvatske prema srednjoj i istočnoj Europi - kroz nju prolazi autocesta koja povezuje Rijeku i Zagreb sa Budimpeštom. Prva hrvatska pruga koja je povezivala Mađarsku i Trst izgrađena je ovdje polovicom 19. stoljeća. Dostupnost glavnim središtima u blizini poput Beča, Bratislave, Ljubljane, Trsta, Zagreba, Maribora i Graza omogućuje izuzetno dobra prometna povezanost i izgrađena prometna infrastruktura. (Međimurska županija, 2022) Umjereno kontinentalnu klimu županije karakteriziraju topla ljeta (srednja temperatura za srpanj 21°C) i oštre zime (srednja temperatura za siječanj -2°C) (Hrvatska enciklopedija, 2021). Osim rijeka Mure i Drave, Međimurje se može pohvaliti sa mnoštvom geotermalnim izvora od kojih je za turizam županije najbitniji onaj u Svetom Martinu na Muri. Godine 1911., englesko-mađarsko poduzeće tražilo je naftu na ovim područjima, a umjesto nafte otkrivena je termo-mineralna voda visokog stupnja mineralizacije koja je postala izvor kupališnog turizma Međimurja (Toplice Sveti Martin, 2022). U cilju očuvanja prirodnih posebnosti i bioraznolikosti ovog prostora djeluje, „Regionalni park Mura-Drava“. Park je zaštićeno područje od 2011. godine, a osim na području Međimurske županije proteže se kroz Varaždinsku, Koprivničko-križevačku, Virovitičko-podravsku i Osječko-baranjsku županiju. Od ukupne površine parka

od 877 kvadratnih kilometara, međimurski dio pokriva 170 kvadratnih kilometara ili 19,4%. (Kosinus, 2022)

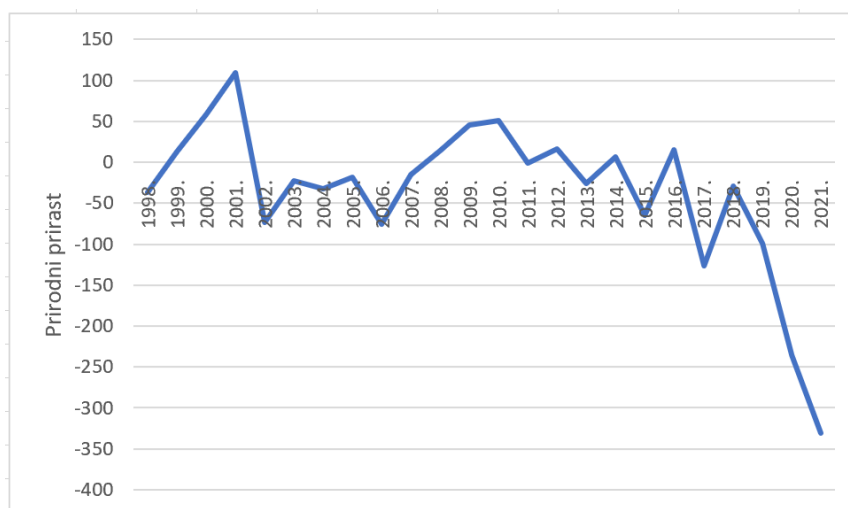
4.2. Društveno geografski uvjeti valorizacije kulturne materijalne baštine Međimurja

Međimurje je, nakon Grada Zagreba, najmanja po veličini hrvatska županija s površinom od 729 kvadratnih kilometara. Na Slici 5. prikazani su gradovi i općine Međimurske županije. U svom sastavu Međimurje ima 3 grada, 22 županije i 131 naselje. Drugo mjesto nakon Grada Zagreba pripada joj i po gustoći naseljenosti od 145,22 stanovnika po kvadratnom kilometru. U tri grada županije – Čakovcu, Murskom Središću i Prelogu, živi 38% stanovništva Međimurja. Nakon gradova, najveća općina broji i daleko najveći broj stanovnika, a to je općina Nedelišće sa 11 050 stanovnika. No ipak, najveća gustoća naseljenosti u općinama su redom Strahoninec, Šenkovec i Pribislavec (Međimurska županija, 2022:16)



Slika 5. Gradovi i općine Međimurske županije

Izvor: Međimurska županija (2022) Gradovi i općine u Međimurskoj županiji



Slika 6. Prirodni prirast Međimurske županije od 1998. do 2021. godine

Izvor: obrada autora prema podacima Državnog zavoda za statistiku¹

Prirodni prirast u 2021. godini bio je negativan u svim hrvatskim županijama, a Međimurje je imalo najmanju stopu tog negativnog prirodnog prirasta. (eMedjimurje, 2022) Na Slici 6. vidljivo je kretanje prirodnog prirasta u Međimurskoj županiji od 1998. do 2021. godine. Osim vidljivog velikog skoka prirodnog prirasta odnose razlike rođenih i umrlih u 2001. godini, broj stalno varira sve do 2016. kada je zadnji puta bio pozitivan, a nakon 2018. godine on sve više pada. Razlog drastičnom padu može se povezati s kretanjima stanovništva, odnosno preseljenjem u druge županije i inozemstvo. Prema podacima Državnog zavoda za statistiku, od 2015. do 2021. godine u Međimurje je ukupno doseljeno oko 6 500 stanovnika, dok je odselilo oko 10 300 stanovnika. (DZS, 2022)

Gospodarstvo Međimurja temelji se prvenstveno na prerađivačkoj industriji, trgovini, poljoprivredi i graditeljstvu. Najveći dio proizvedenih dobara se prodaje na tržište Europske unije u zemlje od kojih se i najviše uvozi, a to su Njemačka, Austrija, Italija i Slovenija. Prema podacima Financijske agencije za 2020. godinu, u Međimurju je poslovalo 3544 subjekata sa ukupno 30353 zaposlenih. Ostvareni prihod poduzeća županije iznosio je 16,2 milijarde kuna što je 0,7% manje u odnosu na 2019. godinu te ukupni rashod od 15,2 milijarde kuna (pad od 1,9% u odnosu na 2019. godinu) (HGK, 2022).

¹ Državni zavod za statistiku, Stanovništvo – pregled po županijama

4.3. Razvoj turizma u Međimurju

Literatura ne daje jasno vrijeme kada se turizam u Međimurskoj županiji počeo razvijati, no prema prvim smještajnim objektima u ovom kraju se može zaključiti kako je jedno uvjetovalo drugo.

Zgrada nekadašnje tvornice šampanjca u gradu Čakovcu preuzima čakovečki Židov Elemer Vajda te ju pretvara u Hotel Hackl. U svom vlasništvu Vajda je imao još jedan hotel – Hotel Bahnhof koji je sagrađen četiri godine nakon puštanja dionice pruge *Čakovec-Varaždin-Zaprešić-Zagreb* u pogon, 1898. godine. Upravo zbog dolazaka većeg broja putnika potrebno je bilo sagraditi hotel koji bi ih mogao prihvatiti te je sam hotel izgrađen preko puta željezničkog kolodvora. Hotel Bahnhof poslovaio je do Drugog svjetskog rata nakon čega se zgrada prenamjenjuje u stambene prostore. Zbog neadekvatnog održavanja zgrada je srušena 1990. godine, a na njenom mjestu sagrađen je ugostiteljski objekt sa smještajnim jedinicama pod nazivom Royal. (Pospišil, 2004:24)



Slika 7. *Hotel Bahnhof nekad i danas*

Izvor: Ured za blaga i misterije (2018). Čakovečki hotel Bahnhof nekad je bio prvo što su putnici pristigli vlakom vidjeli, preuzeto s: <https://blagamisterije.com/cakovecki-hotel-bahnhof-nekad-je-bio-prvo-sto-su-putnici-pristigli-vlakom-vidjeli-a-danas-postoj-samo-na-fotografijama/1079/>

Hotel Metropol poslovaio je od 1931. godine do kraja Drugog svjetskog rata u današnjoj zgradi Međimurske županije. U svoje vrijeme bio je to jedini pravi hotel u gradu Čakovcu sa prostranim, urednim i čistim sobama te kupaonicama sa toplom vodom. Hotel je bio poznat po svojoj odličnoj kuhinji i zabavama. (Kapun, 2014)



Slika 8. *Hotel Metropol nekad i danas*

Izvor: I. Kapun, V. (2014). Ni hoteli više nisu gdje su negda bili, preuzeto s:

<https://medjimurje.hr/aktualno/kolumne/ni-hoteli-vise-nisu-gdje-su-negda-bili-12526/>; eMedjimurje (2020).

Korisna informacija, preuzeto s: <https://emedjimurje.net.hr/vijesti/drustvo/3826792/>

Hotel koji je izgrađen 1966. godine i još danas posluje u Čakovcu je Hotel Park. Smještajni kapaciteti su 1978. godine postali nedostadni pa se kreće u rekonstrukciju i nadogradnju postojećeg hotela. Hotel se nalazi uz Zrinsko-frankopansku ulicu, u neposrednoj blizini Starog grada i centra grada. (Pospišil, 2004:26)



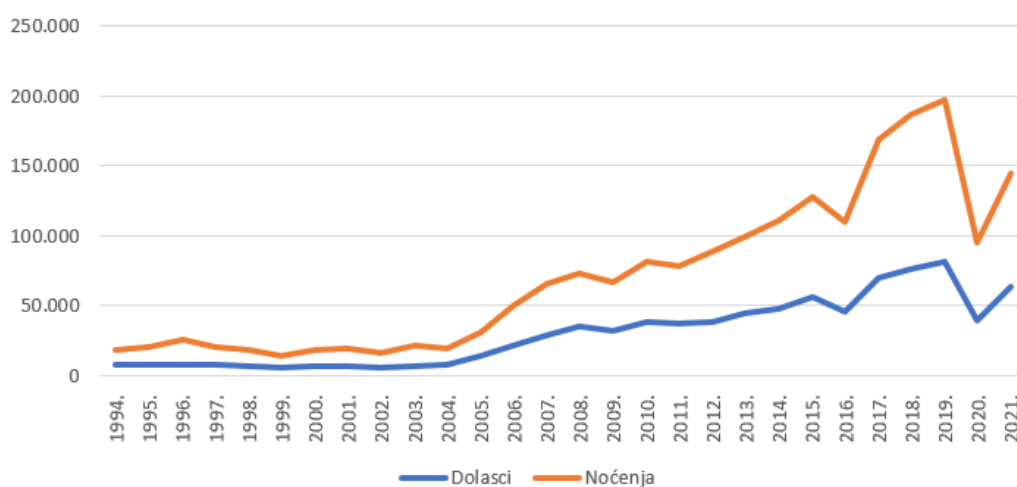
Slika 9. *Izgradnja Hotel Parka nasuprot današnjem izgledu*

Izvor: Union d.d. Čakovec (2014) Izgradnja Hotel Park, preuzeto s: <https://hotelpark.hr/povijest-hotelpark/izgradnja-hotelpark-45/>; Booking.com (2022). Hotel Park, preuzeto s:

https://www.booking.com/hotel/hr/park-aakovec.hr.html?auth_success=1&activeTab=photosGallery

Međimurje iz godinu u godinu privlači sve više turista što je vidljivo i na Slici 10. Od 1994. pa sve do 2004. godine, broj dolazaka i noćenja turista nije se značajno mijenjao. Od 2005. godine bilježi se značaj porast turista u županiji te on nastavlja rasti sve do 2009. godine. Od 2013. godine kada je Hrvatska ušla u Europsku uniju Međimurje još jednom bilježi značaj rast. Na slici je vidljiv značaj pad u 2016. godini, nakon kojeg turizam Međimurja nastavlja rasti sve

do rekordne 2019. godine kada se pojavila pandemija Covid-a 19 u svijetu. 2020. godinu će svi upamtiti po ograničenosti putovanja izvan, ali i unutar zemalja zbog globalne pandemije.



Slika 10. Dolasci i noćenja turista u Međimurskoj županiji od 1994. do 2021. godine

Izvor: obrada autora prema podacima Državnog zavoda za statistiku: Stanovništvo – pregled po županijama

Neki od glavnih posebnih oblika turizma čije se potrebe mogu zadovoljiti u, i čime se Međimurje ponosi jesu kulturni turizam, eno-gastronomski turizam, manifestacijski turizam te ruralni turizam. Turizam Međimurja ima puno potencijala za daljnji rast i razvoj, uz održavanje infrastrukture i kontinuirano ulaganje u kvalitetno obrazovanu radnu snagu koja čini temelj svega poslovanja. Smještajni objekti glavni su primatelji turističke potražnje koji moraju zadovoljiti suvremene kriterije potrošača, a s druge strane održivo poslovati i biti na ponos svojoj destinaciji.

4.4. Analiza posebnosti kulturne materijalne baštine

Nematerijalna i materijalna kulturna baština Međimurja koja datira još od prvih doseljenika iz kamenog doba pronađena je na lokalitetu područja današnje općine Goričan. Svi materijalni predmeti koji su pronađeni te se uz bilo koji način mogu povezati s nekim narodom čine kulturnu baštinu tog grada. (Horvat Majzek, 2018:70)

Kako kroz povijest pa tako i danas, svaka općina Međimurske županije njeguje i održava kulturu ne samo svojeg područja odnosno općine već i kulturu županije. Slijedi prikaz gradova i općina Međimurske županije te najvažnija kulturna baština ili tradicija koju svaka od njih čuva.

Tablica 1. „Čuvari“ kulturne baštine prema gradovima i općinama

Grad Čakovec	Muzej Međimurja Čakovec
Grad Prelog	Muzej Croata Insulanus
Grad Mursko Središće	Spomen-dom rudarstvu Cimper Udruga Rudarski zbor
Općina Belica	Puhački orkestar <i>Limena glazba Belica</i>
Općina Dekanovec	Kipar Krnjak – izrada skulpturi od gline i gipsa, maski karikatura, autor starih međimurskih pjesama
Općina Domašinec	Pčelarstvo
Općina Donja Dubrava	Kulturno umjetničko društvo <i>Seljačka sloga</i> Teta Liza
Općina Donji Kraljevec	Centar dr. Rudolfa Steinera
Općina Donji Vidovec	Kulturno umjetničko društvo <i>Donji Vidovec</i>
Općina Goričan	Kulturno umjetničko društvo <i>Goričan</i>
Općina Gornji Mihaljevec	Kulturno umjetničko udruga <i>Lipa</i>
Općina Kotoriba	Kulturno umjetničko društvo <i>Kotoriba</i>
Općina Mala Subotica	Kulturno umjetnička udruga <i>Zvon</i>
Općina Nedelišće	Kulturno umjetničko društvo <i>Seljačka sloga</i>
Općina Orehovica	Kulturno umjetničko društvo <i>Fijolica</i>
Općina Podturen	Obnovljena vršalica
Općina Pribislavec	Kaštel Feštetić
Općina Selnica	Oldtimer muzej Šardi
Općina Strahoninec	Kulturno umjetničko društvo <i>Strahoninec</i>
Općina Sveta Marija	Svetomarska čipka
Općina Sveti Juraj na Bregu	Kulturno umjetnička društvo <i>Sveti Juraj na Bregu</i>
Općina Sveti Martin na Muri	Etno zbirka Trstenjak
Općina Šenkovec	Mlinarstvo
Općina Štrigova	Kulturno umjetničko društvo <i>Sveti Jeronim</i>
Općina Vratišinec	Kulturno umjetnička udruga <i>Dr. Vinko Žganec</i> , Etno zbirka

Izvor: izrada autora prema Horvat Majzek (2018: 70-81)

Riznica Međimurja odnosno muzej nematerijalne baštine u Čakovcu smješten je u fortifikaciji Starog grada Zrinskih. Kompleks Starog grada najvažniji je spomenik Međimurske županije sa statusom zaštićenog kulturnog dobra od nacionalnog značaja. Web stranica Riznice Međimurja daje popis zaštićenih nepokretnih dobara u Međimurskoj županiji. Od 49 kulturnih dobara, 28 je crkava, 7 pilova, 2 poklonca, 2 zgrade stare škole te po jedan dvorac, majur, kuća, visoka škola, kompleks starog grada, kulturno – povijesna cjelina grada, kurija starog župnog dvora, židovsko groblje, memorijalno mjesto i kapela. (Riznica Međimurja, 2021) Detaljan popis zaštićenih dobara u Prilogu 1, a u nastavku ovog poglavlja izdvojena su i opisana najvažnija zaštićena kulturna dobra Međimurja.

Današnji franjevački samostan građen je između 1702. i 1750. godine, na mjestu drvenog samostana kojeg je osnovao Nikola Zrinski. Samostan je danas duhovno središte Međimurja, a nekad je djelovao kao filozofska škola. Ispred samostana, na Franjevačkom trgu u Čakovcu, nalazi se crkva svetog Nikole. Crkva je izgrađena 1728. godine, a krasi je barokni zvonik i pročelje ukrašeno kipovima svetaca. (Visit Međimurje, 2013)



Slika 11. *Unutrašnjost Crkve sv. Nikole u Čakovcu*

Izvor: Visit Međimurje (2013). Crkva Svetog Nikole i Franjevački samostan, preuzeto s:
<http://www.visitmedimurje.com/backend/opsirnije-enduser.asp?id=341>

Visoka učiteljska škola datira iz 1879. godine, a postupak izgradnje je bio povjeren Valentu Morandiniju. Sama zgrada izgrađena je 1888. godine, a sastojala se od prizemlja u kojem je bilo smješteno zabavište, radionice i spremište te kata koji je imao veliku dvoranu, kapelicu, fizikalni, gospodarski i kemijski kabinet te dvije učionice. Od 1920. godine škola je imala naziv Kraljevska učiteljska škola Čakovec. U vrijeme ratnih zbivanja zgrada, njeni vrtovi i sadržaj knjižnice bili su uništeni. Nakon Drugog svjetskog rata škola je poslovala pod nazivom

Učiteljska škola, a današnji naziv glasi Filozofski fakultet – pedagogijske znanosti, Odsjek za predškolski odgoj i razrednu nastavu. (Pospišil, 2004:19-20)



Slika 12. *Današnja Učiteljska škola u Čakovcu*

Izvor: Grubić, M. (2020). Učiteljski fakultet, preuzeto s: <https://emedjimurje.net.hr/vijesti/skolski-kutak/3902130/>

Samostan svete Jelene u Šenkovcu bio je jedan od najbogatijih pavlinskih samostana u Hrvatskoj s puno rušenja, obnavljanja i ponovnog građenja. Osnovan je 1376. godine od članova plemićke obitelji Lacković, a tridesetak godina kasnije pada u ruke obitelji grofova Celjskih. Polovicom 16. stoljeća Međimurjem vladaju Zrinski koji mijenjaju i dograđuju samostan i crkvu. U ratnom razdoblju samostan je služio kao vojno skladište, a crkva kao pekarna. Početkom 19. stoljeća posjed prelazi u vlasništvo baruna Kneževića koji samostan preuređuje u obiteljski dvorac, a ruši staru kapelu i crkveni brod. Jedino što je ostalo od samostana je današnja kapela svete Jelene koja je poznata kao arheološko nalazište s freskama prekrivenim zidovima. (Plavec, 1992:66-69)



Slika 13. *Detalj unutrašnjosti kapele svete Jelene*

Izvor: Muzej Međimurja Čakovec (2022). Sveta Jelena u Šenkovcu, preuzeto s: https://mmc.hr/big_svjelena.html

Crkva Svetog Jeronima u Štrigovi prvotno je bila sagrađena prije 15. stoljeća, ali je izgorjela. Nakon toga sagrađena je nova crkva za koju se smatra kako je srušena u potresu u prvoj polovici 18. stoljeća. Od 1738. pa do 1749. godine gradi se današnja Crkva Svetog Jeronima, zajedno sa Pavlinskim samostanom. Ono po čemu je ova crkva poznata jesu dva zvonika, a ta karakteristike se obično veže uz katedrale. Osim toga, dio unutrašnjosti crkve oslikao je poznati fresko-slikar Ivan Ranger tijekom 18. stoljeća. (TZ Općine Štrigova, 2022)



Slika 14. *Crkva svetog Jeronima u Štrigovi*

Izvor: TZ Općine Štrigova (2022) Crkva sv. Jeronima, preuzeto s: <https://www.strigova.info/crkva-sv-jeronima/>



Slika 15. *Dio svetišta Crkve svetog Jeronima*

Izvor: Ibid

Osnovna škola u Pribislavcu nalazi se u prostorima Dvorca Feštetić. To je bio zidani dvorac sa velikim podrumom, te 11 prostorija na dva kata i svetištem. Dvorište je bilo ograđeno i prostrano. Nedaleko samog dvorca izgrađene su dvije manje zgrade koje su služile kao oružarnice te malo spremište. (Kalšan, 2006:111). Kroz povijest je imao više gospodara od kojih su najpoznatiji članovi obitelji Zrinski i Feštetići. Do 1923. godine u dvorcu boravi grof Eugen Feštetić te ga zatim prodaje nakon čega on postaje smještaj državnim službenicima, časnicima i djeci ratnih izbjeglica. (Visit Međimurje, 2022). U Drugom svjetskom ratu dvorac

je služio kao vojno skladište jugoslavenske vojske, a prilikom povlačenja 1941. godine ono je zapaljeno kako oprema ne bi dospjela u neprijateljeve ruke. Požar je uništio toranj i krovnište dvorca kao i kompletnu unutrašnjost te su od njega ostali samo goli zidovi. (Općina Pribislavec, 2022)



Slika 16. Današnji izgled Dvorca Feštetić – Osnovna škola Pribislavec

Izvor: Sjever.hr (2022). Međimurska županija revitalizirati će dvorac Feštetić u Pribislavcu..., preuzeto s: <https://sjever.hr/2022/02/18/medimurska-zupanija-revitalizirati-ce-dvorac-festetic-u-pribislavcu-uspostavljena-je-suradnja-s-madarskim-muzejem-helikos-koji-godisnje-ostvari-250-000-posjeta/>

Stari grad Zrinskih u Čakovcu najvažnija je kulturno-povijesna cjelina u Međimurju. Posjedom su upravljali brojni gospodari kroz povijest, sve do 1546. godine kada dolaze članovi plemićke obitelji Zrinski. Nikola Šubić Zrinski počinje graditi velebnu utvrdu, koju za njim nastavljaju dograđivati njegovi potomci. U drugoj polovici 16. i prvoj polovici 17. stoljeća tako nastaje najveći dio čakovečke utvrde. (Đurić, Feletar: 1971:74-74)



Slika 17. Stari grad Čakovec 1906. godine

Izvor: Pošpisil, S. (2004) 100 godina čakovečkih razglednica. Tiskarnica Ritonja: Čakovec., str.54

Od 2017. do 2021. godine trajala je rekonstrukcija i revitalizacija fortifikacije Starog grada u Muzej nematerijalne baštine *Riznica Međimurja* u vanjskoj fortifikaciji. Obnova je između ostalog obuhvaćala dogradnju stubišta i postavljanje staklene nadstrešnice iznad terase glavnog bastiona. Muzej *Riznica Međimurja* orijentiran je na promociju i očuvanje međimurske baštine, njezine tradicije, nasljeđe, znanja, vještine te usmene predaje. U samom Starom gradu danas se nalaze novi spomenuti muzej, kao i već postojeći *Muzej Međimurja* koji sadržava klasični zavičajni postav u sklopu palače. (Riznica Međimurja, 2021)



Slika 18. *Današnji izgled Starog grada Zrinskih*

Izvor: Riznica Međimurja (2021). Godinu dana prekrasne priče..., preuzeto s: <https://riznica.hr/godina-dana-prekrasne-price-riznica-medimurja-ostvarila-17-600-posjeta-na-samu-godisnjicu-odrzat-ce-se-koncert-iz-srca-medimurske-popevke/>

Svaki pojedini grad ili općina Međimurske županije ima obilje nematerijalnih i materijalnih kulturnih sadržaja. U gotovo svim predjelima ovog kraja kulturno umjetnička društva i udruge čuvaju nematerijalnu kulturnu baštinu poput pjesama i običaja, dok je za materijalnu kulturnu baštinu važna njezina održivost odnosno fizičko očuvanje. Čitateljima ovog rada se nastoji približiti „glavna“ kulturna baština Međimurja, pa se tako u ovom poglavlju najviše pažnje posvetilo materijalnim kulturnim dobrima, dok se u narednim poglavljima govori o ostalim resursima i atrakcijama.

4.5. Atrakcijska osnova za razvoj turizma u Međimurju

Poglavlje vezano uz turističku atrakcijsku osnovu Međimurske županije temeljeno je na *Masterplanu razvoja turizma u Međimurskoj županiji do 2020. godine*, koje osim što navodi turističke resurse i atrakcije, valorizira ih prema važnosti za turizam županije. (Telišman Košuta et.al., 2016) U Prilogu 2 je prikazan popis navedenih resursa i atrakcija te njihova ocjena važnosti kao i kratak opis za svaku kako bi se čitatelju približila pojedina atrakcija odnosno resurs. To su uglavnom resursi i atrakcije regionalnog značaja, a zatim regionalnog i nacionalnog te su najzanimljiviji od njih opisani u nastavku.

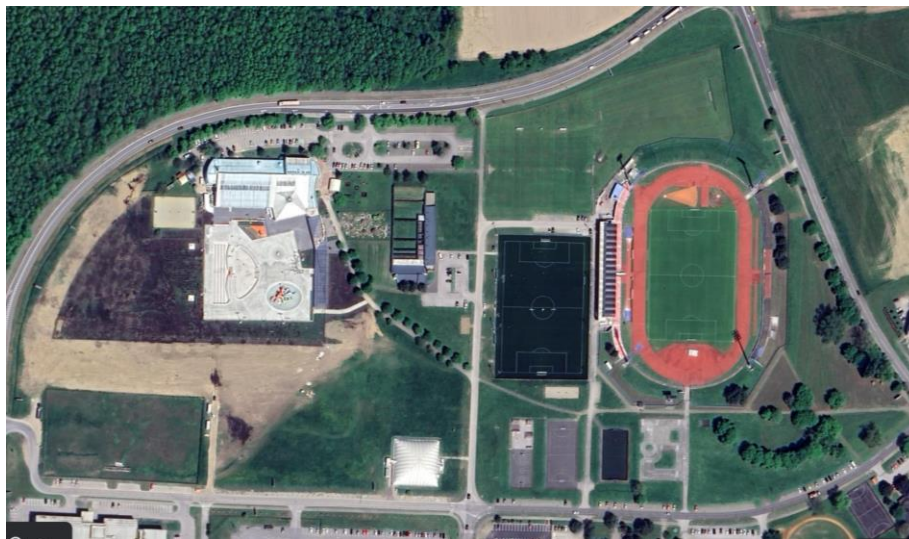
Kulturna ustanova koja je u Masterplanu² ocjenjena kao ustanova međunarodnog značaja jest Centar dr. Rudolfa Steinera. To je multidisciplinarna je kulturna ustanova međunarodnog značaja koja provodi edukacije i radionice, organizira nacionalne i međunarodne seminare iz područja djelovanja doktora Rudolfa Steinera, a to su biodinamika, organska arhitektura, antropozofija, euritmija i waldorfska pedagogija. Centar upravlja i Steinerovom rodnom kućom koja se nalazi u centru Donjeg Kraljevca koja privlači brojne posjetitelje. (Centar dr. Rudolfa Steinera, 2022)

Sljedeća kulturna ustanova od nacionalnog je značaja, a to je Spomen-dom rudarstva Cimper. Spomen-dom nalazi se u Murskom Središću, a atraktivan je jer posjetitelje približuje procesu rudarenja, prikazuje korištene alate, stare fotografije kao i priče samih rudara u sklopu multimedijalnog prostora. U drugom djelu Spomen-doma nalazi se stara međimurska soba koja pak prikazuje kako je izgledao život rudara u njegovom domu. (Turistička zajednica Grada Mursko Središće, 2022)

Naftno polje Peklenica danas je regionalnog značaja za županiju, a cijela priča započinje još krajem 18. stoljeća kada se prvi puta spominju nalazišta nafte u Peklenici u vrijeme kada austrijski geolog izvješćuje i šalje uzorke nafte u Veneciju. Nafta iz Peklenice prvi je puta destilirana u slovenskoj rafineriji 1859. godine, a godinu kasnije koncesiju za vađenje nafte dobiva grof Juraj Feštetić. Deset godina kasnije, 1870. otvorena je u Peklenici i prva rudarska jama u Međimurju za kopanje ugljena. Industrijska eksploatacija nafte na ovom prostoru započinje 1884. godine kao jednom od prvih naftnih bušotina u Hrvatskoj. (Kalšan, 2006:223-224)

² Masterplan razvoja turizma u Međimurskoj županiji do 2020. godine

Od važnijih sportsko-rekreacijskih centara u Međimurju važno je spomenuti Stadion SRC Mladost i Nacionalni gimnastički centar ATON. Stadion SRC Mladost nalazi se u Čakovcu, a centar obuhvaća glavni nogometni stadion te tri pomoćna igrališta, teren s umjetnom travom za mali nogomet, atletska borilišta s tartan stazom, terene za rukomet, košarku i odbojku, teretanu, kuglanu i bočalište. Stadion je otvoren 1987. godine za potrebe Univerzijade ukupnog kapaciteta od 8000 mjesta. (ZSUSMZ, 2017) Na Slici 20. se sa desne strane može vidjeti opisani kompleks, dok se na lijevoj strani nalaze Gradski bazeni „Marija Ružić“ koji u svojoj ponudi imaju pet unutarnjih bazena kao i tri novootvorena vanjska bazena. Osim toga u sklopu objekta nalazi se ugostiteljski objekt, sauna, igralište za odbojku i rukomet na pijesku. (EKOM, 2022)



Slika 19. SRC Mladost i Gradski bazeni "Marija Ružić" - pogled iz zraka

Izvor: Google Earth

Nacionalni gimnastički centar ATON smješten je u mjestu kraj Čakovca, Nedelišću. Jedan je najsuvremenijih sportskih centara u Hrvatskoj koji u svojoj ponudi ima različite sportsko-rekreacijske sadržaje. Centar se sastoji od gimnastičke dvorane, velike sportske dvorane u kojoj se osim sportskih sadržaja održavaju različite priredbe i okupljanja, dvorane za balet koja se također prenamjenjuje u dvoranu za konferencije te od fitness centra. Kako je centar mjesto održavanja treninga, priprema i utakmica za sportaše iz svih krajeva Hrvatske i izvan njenih granica, u sklopu objekta nalaze se i smještajni objekti. (TZ Općine Nedelišće, 2020)

Uz sve materijalne turističke atrakcije i resurse vežu se i oni nematerijalni, tradicije i običaji, ali i priče i legende. Jedne od najzanimljivijih takvih legenda u Međimurju jesu one Dravskom čudovištu i zmaju koji spava ispod starog grada u Čakovcu. Dravsko čudovište, Pesjanek ili

Pisijanek sve su nazivi za čudovište koje prema legendi krade zločestu djecu. To je biće koje spava u skrivenim rukavcima rijeke Drave, prekriven muljem i algama, s velikom žutom glavom i jednim okom, dugačkim rukama i nogama poput žabljih krakova i dugačkim repom. Osim što zločestu djecu baca u Dravu, otima mlade djevojke koje noću izlaze same iz kuće. Legenda o ovom čudovištu inspirirala je razne dječje priče, igrokaze i radionice te je ono na neki način postalo zaštitno lice grada Preloga. (Vugrinec, 2021) Kroz povijest Međimurja, dolazilo je do potresa i brojnih poplava koje su bile objašnjene i kroz lokalne priče i legende. Za grad Čakovec veže se legenda o zmaju pozaju koji spava ispod Starog grada. Noge i rep nalaze se ispod Crkve svetog Nikole, a glava ispod Starog grada. Uznemiravanje pozaja značilo je njegovo buđenje i uzrokovanje potresa i poplava. (Muzej Međimurja Čakovec, 2020)

4.6. Kulturni turizam kao selektivni oblik turizma u Međimurju

Kako su prethodna dva poglavlja obuhvatila najatraktivnije turističke resurse i atrakcije Međimurja, ovo poglavlje se osvrće na najpoznatije manifestacije međunarodnog značaja koje imaju bitnu ulogu u razvoju kulturnog turizma Međimurske županije.

Vincekov pohod i Urbanovo čine najvažnije manifestacije vezane uz vino u Međimurju. Vincekov pohod održava se 22. siječnja na dan svetog Vinka, zaštitnika vinogradara. Smatra se da je to službeni početak vegetativnog ciklusa vinove loze te se slavi za uspješnu vinogradarsku godinu. Manifestacija se održava na području gornjeg Međimurja, a uključuje hodanje po brežuljcima uz susrete s domaćim vinogradarima, ali i upoznavanje geografskih, povijesnih i kulturnih osobitosti kraja. (Međimurje info, 2022) Urbanovo je manifestacija koja se održava kroz tri dana u svibnju, a središnji događaj jest Festival Pušipela, autohtone sorte međimurskog vina. Na festivalu najbolji vinari izlažu svoje proizvode, a sam događaj postaje mjesto susreta i spajanja proizvođača vina i vinske opreme, poljoprivrednih proizvođača, poduzetnika i tradicijskih obrtnika. (Eventim.hr, 2022)

MESAP ili Međimurski sajam poduzetništva poslovna je manifestacija u Međimurju te naziv istoimene dvorane u kojoj se on odvija. Dvorana MESAP-a otvorena je 2007. godine, a sam sajam se po prvi puta održao 1999. na mjestu današnje dvorane. Sajam se održava svake godine kako bi se potaknula kvalitetna promocija gospodarskog sektora Međimurja i šire regije. Osim glavnog godišnjeg sajma, u dvorani se, između ostalog, održava još MESAP Jesen, MESAP

Advent, MESAP Libar, Međunarodna izložba malih životinja te popularni Regionalni plac koji okuplja OPG-ove sjeverozapadne Hrvatske. (Visit Međimurje, 2013)

Spust murskih ladji trodnevna je manifestacija koja se održava svake godine početkom srpnja, a okuplja drvene čamce s ekipama koji plove od Bad Radkersburga u Austriji kroz Sloveniju do Svetog Martina na Muri. Osim što čuva tradiciju, manifestacija je vrlo atraktivna za sve koji vole adrenalin i očuvanu prirodu. (Međimurje info, 2022)

Manifestacija koja svake godine započinje krajem srpnja i završava 2. kolovoza na crkveni blagdan Gospe od Anđela, najpoznatija je kulturna manifestacija u Međimurju. Svoje ime *Porcijunkulovo* dobila je prema Gospi od Anđela ili Porcijunkuli koja je zaštitnica Franjevačkog reda. (Međimurje Press, 2018) Manifestacija se održava od 1964. godine u organizaciji Turističke zajednice Grada Čakovca. U početku je bila zamišljena kao *Sajam tradicijskih zanata* koji se vezao uz spomenuti crkveni blagdan. Svake godine Porcijunkulovo se širilo obujmom te danas ima status najveće turističke manifestacije u Međimurskoj županiji. U sklopu manifestacije održavaju se radionice, predstave, ulične performanse, izložbe, različiti koncert te religijski obredi. (Međimurje info, 2022) 58. po redu Porcijunkulovo koje se održalo 2022. godine privuklo je više od 220 tisuća posjetitelja. U šest dana trajanja manifestacije zabilježen je rast od gotovo 2 milijuna kuna u fiskaliziranim računima, u iznosu od 4,6 milijuna kuna (u odnosu na tjedan prije održavanja manifestacije). Održala su se 24 koncertna nastupa te je na manifestaciji izlagalo preko 150 izlagača. (Grad Čakovec, 2022) Porcijunkulovo je manifestacija koja se po svojim karakteristikama ubraja u kulturnu manifestaciju, a kao takva vrlo je značajna za kulturni turizam Međimurske županije. Osim što privlači posjetitelje k različitim nastupima i izlagačima u gradu, privlači ih i upoznaje s međimurskom kulturom i običajima.

Manifestacije nabrojene i opisane u ovom poglavlju samo su od brojnih koje u Međimurje svake godine privlače velik broj posjetitelja. Osim glavne čakovečke manifestacije Porcijunkulova, važno je spomenuti i manifestacije Ljeto u gradu Zrinskih, Jesen u gradu Zrinskih i Advent u gradu Zrinskih. Iako su manifestacijski i kulturni turizam različite podjele turizma, jedan oblik teško se može razvijati bez prisustva drugog.

5. EMPIRIJSKI DIO RADA

Kako bi se utvrdili motivi putovanja turista i posjetitelja u Međimurje te saznalo po kojoj ih osnovi privlači kulturna baština županije, provedeno je empirijsko istraživanje. Ovo poglavlje obuhvaća analizu dobivenih rezultata istraživanja kao i potvrđivanje odnosno opovrgavanje postavljenih hipoteza te donošenje zaključka za cjelokupno istraživanje uz sagledavanje njegovih ograničenja.

5.1. Metodologija istraživanja

Istraživanje je provedeno online anketnim upitnikom preko platforme *Google obrasci* u razdoblju od 23. ožujka do 13. lipnja 2022. godine. U istraživanju je sudjelovalo 168 ispitanika koji su odgovarali na ukupno 46 pitanja od kojih je:

- 5 pitanja socio-demografske strukture
- 9 pitanja putem Likertove skale
- 10 pitanja o poznavanju kulturne baštine
- 11 pitanja za ocjenu pojedinih elemenata Međimurja kao turističke destinacije
- 7 pitanja vezanih uz samo putovanje ispitanika
- 4 ostalih pitanja povezana uz kulturnu baštinu županije

Ispitanici koji su sudjelovali u istraživanju jesu osobe koje imaju prebivalište u nekoj od županija Republike Hrvatske osim Međimurja te su barem jednom posjetili Međimursku županiju. Istraživanje je provedeno na namjernom uzorku, ali slučajnim odabirom, budući da je anketa provedena online upitnikom koji su mogli rješavati svi koji su zadovoljili spomenuti kriterij uzorka istraživanja.

5.2. Ciljevi i hipoteze rada

Cilj ovog istraživanja jest utvrditi može li se Međimurska županija kao turistička destinacija razvijati kroz kulturni turizam kao jedan od selektivnih oblika turizma ili pak postoje prepreke u njegovom razvoju. Za potrebe ovog istraživanja postavljene su tri hipoteze koje se kroz obavljeno istraživanje nastoje prihvatiti kako bi se zaista moglo potvrditi da je Međimurje

turistička destinacija s obiljem kulturne baštine koja već uvelike oplemenjuje turističku ponudu kraja, ali za koju još uvijek ima mjesta i resursa kako bi se turistički valorizirala.

Prva hipoteza glasi H1: „Kulturni turizam u Međimurju je primarni motiv dolaska posjetitelja.“ Kroz istraživanje se najprije želi doći do uvida u kojoj je mjeri kulturni turizam prisutan u Međimurskoj županiji te je li on glavni motiv koji privlači turističku potražnju. Kroz drugu hipotezu, „Razvoj kulturnog turizma ovisi o angažmanu lokalnog stanovništva,“ sagledava se značaj koji lokalno stanovništvo ima u razvoju i unapređenju turističke ponude. Posljednja, treća hipoteza glasi: „Geografski položaj i dobra prometna povezanost doprinose razvoju cjelogodišnjeg turizma u Međimurju“. Kroz ovu hipotezu i pitanja koja se vežu uz nju nastoji se utvrditi ima li upravo dobar geografski položaj utjecaja na povećani broj turista i posjetitelja kroz cijelu godinu, a ne samo u ljetnim mjesecima te koje su to atrakcije koje privlače posjetitelje izvan ljetnih mjeseci.

5.3. Diskusija rezultata istraživanja

Prvi set pitanja u provedenom istraživanju donosi podatke o socio-demografskoj strukturi ispitanika. Kako bi se dobio uvid u takvu strukturu ispitanika, izrađena je tablica koja se bazira na pet pitanja – dobi, spolu, stupnju obrazovanja, županiji u kojoj osoba ima prebivalište te rasponu mjesečnih primanja. Nakon socio-demografske strukture ispitanika analiziraju se odgovori ispitanika vezani uz postavljene hipoteze istraživanja. Za svaku tvrdnju ispitanici su ocjenjivali svoje slaganje s pojedinim tvrdnjama na temelju Likertove skale i to sljedećim ocjenama: 1 – u potpunosti se ne slažem, 2 – ne slažem se, 3 – niti se slažem, niti se ne slažem, 4 – slažem se, 5 – u potpunosti se slažem.

Tablica 2. *Socio-demografska struktura ispitanika*

		Frekvencija	Postotak
Spol	Žene	124	73,8
	Muškarci	44	26,2
Dob	Manje od 20	4	2,4
	Od 21 do 30	90	53,6
	Od 31 do 40	38	22,6
	Od 41 do 50	26	15,5

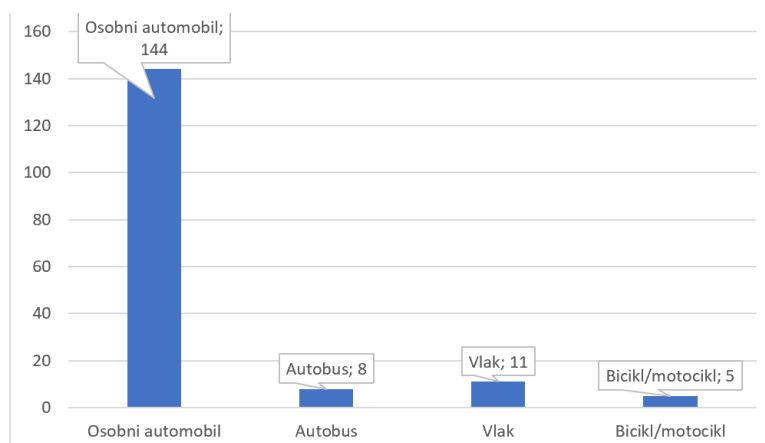
	Od 51 do 60	9	5,4
	Više od 60	1	0,6
Stupanj obrazovanja	Osnovna škola	1	0,6
	Srednja škola	50	29,8
	Preddiplomski studij	53	31,5
	Diplomski studij	55	32,7
	Doktorski, poslijediplomski specijalistički studij	9	5,4
Županija prebivališta	Zagrebačka	13	7,7
	Krapinsko-zagorska	8	4,8
	Sisačko-moslavačka	3	1,8
	Karlovačka	3	1,8
	Varaždinska	58	34,5
	Koprivničko-križevačka	25	14,9
	Bjelovarsko-bilogorska	5	3
	Primorsko-goranska	6	3,6
	Ličko-senjska	4	2,4
	Virovitičko-podravska	2	1,2
	Požeško-slavonska	2	1,2
	Brodsko-posavska	0	0
	Zadarska	5	3
	Osječko-baranjska	2	1,2
	Šibensko-kninska	1	0,6
	Vukovarsko-srijemska	0	0
	Splitsko-dalmatinska	1	0,6
	Istarska	2	1,2
	Dubrovačko-neretvanska	1	0,6
	Grad Zagreb	27	16,1
Mjesečna primanja (u kn)	Do 3.000,00	21	12,5
	Od 3.001,00 do 5.000,00	26	15,5
	Od 5.001,00 do 7.000,00	50	29,8
	Od 7.001,00 do 9.000,00	30	17,9

Više od 9.001,00	12	7,1
Ne želim odgovoriti	29	17,3

Izvor: izrada autora

Iz Tablice 2. je vidljivo kako većinu ispitanika čine žene i to čak 73,8% dok je anketu ispunilo 44 muškaraca ili 26,2%. Najviše ispitanika nalazi se u dobi između 21 i 30 godina, dok je najmanje ispitanika sa više od 60 godina i manje od 20 godina starosti. Najviše ispitanika (32,7%) dolazi sa diplomskih studija, a neznatno manje oni sa preddiplomskih studija (31,5%) i završenom srednjom školom (29,8%). Tek jedan ispitanik ima završenu samo osnovnu školu, a njih 9 ili 5,4% dolazi sa doktorskog, poslijediplomskog specijalističkog studija. Najveći broj ispitanika ima prebivalište u Varaždinskoj županiji (34,5%), dok ispitanici iz Brodsko-posavske županije i Vukovarsko-srijemske županije nisu uopće sudjelovali u istraživanju. Osim iz Varaždinske, najveći broj ispitanika dolazi iz Grada Zagreba (16,1%) te iz Koprivničko-križevačke županije (14,9%). Na pitanje o mjesečnim prihodima u kunama njih 29 nije htjelo odgovoriti te ja najviše onih kojima se mjesečni prihodi kreću od 5.001,00 do 7.000,00 kuna (29,8%), slijede ih oni sa primanjima od 7.001,00 do 9.000,00 kuna (17,9%) te oni sa primanjima od 3.001,00 do 5.000,00 kuna (15,5%). Najmanje je ispitanika čija primanja dosežu iznad 9.001,00 kuna (7,1%) te onih čija su mjesečna primanja u kunama niža od 3.000,00 (12,5%).

Nakon prikupljanja osnovnih socio-demografskih podataka o ispitanicima, postavljeno je nekoliko pitanja kako bi se utvrdilo vrijeme i način putovanja i dolaska turista i posjetitelja u Međimurje. Na Slici 20. vidljivo je kako je većina ispitanika kao sredstvo putovanja u Međimurje koristila osobni automobil odnosno njih 144 (86%), 11 ispitanika putovalo je vlakom, 8 autobusom te je petero ispitanika koristilo bicikli ili motocikl.



Slika 20. *Korišteno prijevozno sredstvo*

Izvor: izrada autora

Ispitanici su zatim morali ocijeniti svoje ukupno iskustvo putovanja te prometnu povezanost Međimurja ocjenom od 1 do 5 pa je tako njih 67 (40%) dalo najbolju ocjenu, 77 ispitanika odnosno 46% je dalo ocjenu vrlo dobar, 18 ispitanika ocjenu dobar (10%) te su po 3 ispitanika dala ocjenu 2 i 3 ispitanika ocjenu 1 što je 3,2% svake. Jedna trećina ispitanika (33%) je u Međimurje putovalo tijekom cijele godine, dok je 56% ispitanika u Međimurju boravilo tijekom proljetnih i ljetnih mjeseci. Kroz jesen i zimu boravilo je tek 10% ispitanika. Većina ispitanika su u prosjeku u Međimurju boravili između 2 i 5 dana te je 80% ispitanika u Međimurju boravilo više puta. Što se tiče pronalaska ponude i informiranja o destinaciji, gotovo svi ispitanici su informacije pronašli ili putem interneta ili kroz preporuke.

Tablica 3. *Upoznatost s kulturnim dobrima Međimurja*

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Stari grad Čakovec	168	1	5	3,98	1,116
Muzej Međimurja	168	1	5	3,37	1,284
Dvorac Feštetić	168	1	5	2,63	1,343
Kapela sv. Jelene u Šenkovcu	168	1	5	2,29	1,249
Crkva sv. Jeronima u Štrigovi	168	1	5	2,49	1,290
Centar dr. Rudolfa Steinera	168	1	5	2,33	1,303
Muzej Croata insulanus Grada Preloga	168	1	5	2,18	1,264

Spomen-dom Cimper	rudarstva	168	1	5	2,20	1,320
Muzej Šardi		168	1	5	2,09	1,280
Zrinska garda		168	1	5	3,42	1,278
Valid N (listwise)		168				

Izvor: izrada autora

Ispitanici su dobili popis najpoznatijih materijalnih kulturnih dobara Međimurja te su svako kulturno dobro ocijenili ocjenom od 1 do 5 na temelju svojeg poznavanja istog. Tablica 3. prikazuje prosječne ocjene ispitanika za svako od kulturnih dobara pa se tako može vidjeti da su ispitanici u prosjeku najviše upoznati sa Starim gradom Čakovec kao i Muzejom Međimurja te Zrinskom gardom, dok su ostala kulturna dobra ocijenjena prosječnom ocjenom ispod 3,00 što nam govori o tome da u prosjeku ispitanici nisu upoznati sa tim dobrima.

Osim spomenutih materijalnih kulturnih dobara, na pitanje o sudjelovanju na manifestacijama Međimurja, više od 70% ispitanika sudjelovalo je na barem jednoj od manifestacija, a najviše na ljetnoj manifestaciji Porcijunkolovo.

Kako bi se hipoteze u radu dokazale odnosno opovrgnule korišten je SPSS program i njegovi alati, pojedinačno za svaku hipotezu i to:

- Cronbach Alpha koeficijent
- Deskriptivna statistika
- T-test
- Anova³

Za potvrđivanje hipoteze H1: *Kulturni turizam u Međimurju je primarni motiv dolaska posjetitelja*, u obzir su uzeta sljedeća pitanja postavljena Likertovom skalom:

- Pitanje 13. *U Međimurju je najrazvijeniji kulturni turizam.*
- Pitanje 14. *Većina posjetitelja dolazi u Međimurje za vrijeme ljetnih manifestacija.*
- Pitanje 15. *Kulturno-povijesna baština privlači mnoge izletnike i grupe.*

³ Korištena samo za hipotezu H1

Tablica 4. Cronbach Alpha koeficijent – H1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,726	3

Izvor: izrada autora

Za hipotezu H1 te pitanja postavljena uz nju, Cronbach Alpha koeficijent, vidljiv u Tablici 4., na 3 čestice iznosi 0,726 što znači da mjerna ljestvica ima dobru razinu pouzdanosti kako bi se na temelju dobivenih odgovora mogli izvoditi zaključci sa dobrom pouzdanosti rezultata.

Tablica 5. Deskriptivna statistika - H1

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
U Međimurju je najviše razvijen kulturni turizam.	168	1	5	3,39	,895
Većina posjetitelja dolazi u Međimurje za vrijeme ljetnih manifestacija.	168	1	5	3,65	1,015
Kulturno-povijesna baština privlači mnoge izletnike i grupe.	168	1	5	3,63	,976
Valid N (listwise)	168				

Izvor: izrada autora

Tablica 5. prikazuje deskriptivnu statistiku za hipotezu H1, odnosno iz nje se može iščitati kako je na uzorku od 168 ispitanika koji su odgovarali minimalnom ocjenom 1 te maksimalnom ocjenom 5, najveća aritmetička sredina za tvrdnju *Većina posjetitelja dolazi u Međimurje za vrijeme ljetnih manifestacija*. Iako ta tvrdnja ima najveću srednju vrijednost, standardna devijacija od 1,015 govori o tome kako su odgovori na tvrdnju bili relativno raspršeni po mjernoj ljestvici. Za sve tri navedene tvrdnje, ispitanici su davali odgovore kroz Likertovu skalu i to na temelju slaganja s pojedinom tvrdnjom i to najmanjom ocjenom 1 – u potpunosti se ne slažem te 5 – u potpunosti se slažem. Ovakvi broježani podaci daju nam temelj za zaključak kako se hipoteza H1: *Kulturni turizam u Međimurju je primarni motiv dolaska posjetitelja*

može potvrditi odnosno kako većina ispitanika ima mišljenje da kulturni turizam jest primarni motiv dolaska posjetitelja i turista u Međimurje.

Tablica 6. T-test za tvrdnje hipoteze H1

Posterior Distribution Characterization for One-Sample Mean

	N	Posterior			95% Credible Interval	
		Mode	Mean	Variance	Lower Bound	Upper Bound
U Međimurju je najviše razvijeni kulturni turizam.	168	3,39	3,39	,005	3,25	3,52
Većina posjetitelja dolazi u Međimurje za vrijeme ljetnih manifestacija.	168	3,65	3,65	,006	3,50	3,81
Kulturno-povijesna baština privlači mnoge izletnike i grupe.	168	3,63	3,63	,006	3,48	3,78

Izvor: izrada autora

Tablica 7. Anova - H1

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kulturno-povijesna baština privlači mnoge izletnike i grupe.	Between Groups	65,729	4	16,432	28,680	<,001
	Within Groups	93,390	163	,573		
	Total	159,119	167			
Većina posjetitelja dolazi u Međimurje za vrijeme ljetnih manifestacija.	Between Groups	44,590	4	11,148	14,264	<,001
	Within Groups	127,386	163	,782		
	Total	171,976	167			

Izvor: izrada autora

Na temelju ANOVA testa prikazanog u Tablici 7. može se zaključiti kako se hipoteza H1: *Kulturni turizam u Međimurju je primarni motiv dolaska posjetitelja* zaista može prihvatiti budući da je razina signifikantnosti manja od 0,001.

Za potvrđivanje hipoteze H2: *Razvoj kulturnog turizma ovisi o angažmanu lokalnog stanovništva* korištene su sljedeće tvrdnje:

- Pitanje 18. *Lokalno stanovništvo čini suštinu turizma Međimurja.*
- Pitanje 20. *Ulogu u vođenju i organizaciji kulturnih manifestacija trebalo bi imati lokalno stanovništvo zbog autentičnosti doživljaja.*

Tablica 8. Cronbach Alpha koeficijent – H2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,702	2

Izvor: izrada autora

Cronbach Alpha koeficijent vezan uz hipotezu H2 na temelju dviju čestica iznosi 0,702 što govori o dobroj pouzdanosti mjerne ljestvice i zaključke izvedene iz dobivenih rezultata.

Tablica 9. Deskriptivna statistika – H2

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Ulogu u vođenju i organizaciji kulturnih manifestacija trebalo bi imati lokalno stanovništvo zbog autentičnosti doživljaja.	168	1	5	3,62	1,048
Lokalno stanovništvo čini suštinu turizma Međimurja.	168	1	5	3,37	1,042
Valid N (listwise)	168				

Izvor: izrada autora

Dvije tvrdnje vežu se uz hipotezu H2 koje s brojem ispitanika 168, minimalnom ocjenom 1 te maksimalnom ocjenom 5, obje daju aritmetički sredinu iznad 3,00 što znači da se te tvrdnje zaista i mogu potvrditi. Ipak, standardna devijacija u obje tvrdnje prelazi 1,00 što pak govori o tome kako su odgovori bili raspršeni po cijeloj mjernoj ljestvici te da se ocjene ispitanika nisu kretale samo oko aritmetičke sredine odnosno ocjena 3 i 4. S srednjim vrijednostima iznad 3,00 može se zaključiti kako se ispitanici uglavnom slažu sa tvrdnjama te se i hipoteza H2: *Razvoj kulturnog turizma ovisi o angažmanu lokalnog stanovništva*, može potvrditi.

Tablica 10. T-test za tvrdnje hipoteze H2

Posterior Distribution Characterization for One-Sample Mean

	N	Posterior			95% Credible Interval	
		Mode	Mean	Variance	Lower Bound	Upper Bound
Ulogu u vođenju i organizaciji kulturnih manifestacija trebalo bi imati lokalno stanovništvo zbog autentičnosti doživljaja.	168	3,62	3,62	,007	3,46	3,79
Lokalno stanovništvo čini suštinu turizma Međimurja.	168	3,37	3,37	,007	3,22	3,53

Izvor: izrada autora

Za dokazivanje hipoteze H3: *Geografski položaj i dobra prometna povezanost doprinose razvoju cjelogodišnjeg turizma u Međimurju*, Likertovom skalom postavljene su sljedeće tvrdnje:

- Pitanje 17. *Međimurje ima razvijen cjelogodišnji turizam.*
- Pitanje 19. *Međimurje je tranzitna destinacija.*
- Pitanje 21. *Na posjet stranih posjetitelja i turista u Međimurju uvelike utječe blizina granica s Slovenijom i Mađarskom.*

Tablica 11. Cronbach Alpha koeficijent – H3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,711	3

Izvor: izrada autora

Cronbach Alpha koeficijent u Tablici 11. za H3 iznosi 0,711 što govori o dobroj pouzdanosti mjerne ljestvice na temelju triju čestica odnosno tvrdnji vezanih uz H3.

Tablica 12. Deskriptivna statistika – H3

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Na posjet stranih posjetitelja i turista u Međimurju uvelike utječe blizina granica s Slovenijom i Mađarskom.	168	1	5	3,70	1,130
Međimurje ima razvijen cjelogodišnji turizam.	168	1	5	3,20	1,090
Međimurje je tranzitna destinacija.	168	1	5	3,35	1,079
Valid N (listwise)	168				

Izvor: izrada autora

Za tri tvrdnje navedene u Tablici 12., 168 ispitanika odgovaralo je minimalnom ocjenom 1 te maksimalnom ocjenom 5. Kod svih tvrdnji prosječna ocjena jest veća od 3,00 što znači da se tvrdnje pa time i hipoteza H3: *Geografski položaj i dobra prometna povezanost doprinose razvoju cjelogodišnjeg turizma u Međimurju* može potvrditi, iako standardna devijacija iznad 1,00 govori o relativnoj raspršenosti rezultata. Iako su sve tvrdnje ocjene potvrdnom ukupnom ocjenom, veći broj ispitanika složilo se tvrdnjom odnosno većom ocjenom ocijenio tvrdnju *Na posjet stranih posjetitelja i turista u Međimurju uvelike utječe blizina granica s Slovenijom i Mađarskom* u odnosu na stav kako Međimurje ima razvijen cjelogodišnji turizam.

Tablica 13. *T-test za tvrdnje hipoteze H3*

Posterior Distribution Characterization for One-Sample Mean

	N	Posterior			95% Credible Interval	
		Mode	Mean	Variance	Lower Bound	Upper Bound
Na posjet stranih posjetitelja i turista u Međimurju uvelike utječe blizina granica s Slovenijom i Mađarskom.	168	3,70	3,70	,008	3,53	3,88
Međimurje ima razvijen cjelogodišnji turizam.	168	3,20	3,20	,007	3,03	3,36
Međimurje je tranzitna destinacija.	168	3,35	3,35	,007	3,19	3,52

Izvor: izrada autora

Osim korištenih alata SPSS programa za svaku pojedinačnu hipotezu, korišten je i Pearsonov test korelacije kako bi se utvrdila povezanost tvrdnji odnosno varijabli vezanih uz elemente turističke ponude Međimurja. Prilog 3. prikazuje navedenu tablicu tvrdnji gdje je utvrđena njihova međusobna povezanost te se može zaključiti, budući da su svi koeficijenti pozitivni, kako svaka varijabla u nekoj mjeri utječe na drugu varijablu. Najveća povezanost varijabli uočljiva je kod varijabli *Cjelokupna turistička ponuda* i *Prepoznatljivost destinacije*, sa koeficijentom od 0,660 što nam govori kako one u velikoj mjeri utječu jedna na drugu odnosno to što je destinacija prepoznatljiva uvelike ovisi o količini i raznovrsnosti turističke ponude. Sa druge strane, varijable *Prepoznatljivost destinacije* i *Ljubaznost lokalnog stanovništva* imaju koeficijent korelacije od 0,294 što znači da iako one imaju utjecaj jedna na drugu, ljubaznost stanovništva ne utječe toliko na samu destinaciju i njezinu prepoznatljivost kao neki od ostalih elemenata turističke ponude kao što su mogućnosti bavljenja sportom i rekreacijom, sadržaj manifestacija ili dostupnost informacija.

Završni dio anketnog upitnika sadržavao je pitanje *Smatrate li da se turizam u Međimurju može razvijati na kulturnom turizmu?*, te je 95% ispitanika odgovorilo potvrdno. Oni ispitanici koji su na to pitanje dali negativan odgovor mogli su ponuditi dodatno mišljenje o tome na čemu bi se trebao razvijati turizam Međimurja. Kao odgovori na to pitanje, ispitanici su se izjasnili da

bi se turizam trebao razvijati na gastronomiji, agroturizmu, prirodnim ljepotama, vinarstvu te zdravstvenom, sportskom i rekreativnom turizmu.

5.4. Ograničenja istraživanja

Provođenjem istraživanja pojavila su se određena ograničenja. Kao prvo, broj ispitanika od 168 predstavlja relativno malen broj ispitanika u uzorku ako se u obzir uzme veličina populacije. Drugo, budući da su ispitanici svoje odgovore bilježili putem online anketnog upitnika, preko 50% čine oni od 21 do 30 godina. Budući da se anketa provodila na takav način, najviše ispitanika čine studenti Sveučilišta Sjever pa su tako ispitanici uglavnom iz Varaždinske i Koprivničko-križevačke županije dok oni iz Brodsko-posavske i Vukovarsko-srijemske županije nisu uključeni u istraživanje. Osim toga, problem je u vremenskom ograničenju istraživanja koje je trajalo tri nepuna mjeseca te u činjenici što je u ovom istraživanju nemoguće izlučiti tko je u Međimurje putovao i posjetio ga kao pravi turist, a tko je putovao zbog posla, obitelji ili rodbine.

5.5. Zaključak istraživanja

Kako bi se utvrdili motivi putovanja i razina privlačnosti kulturnih dobara Međimurja, provedeno istraživanje daje zaključak kako se sve tri postavljene hipoteze istraživanja, H1: *Kulturni turizam u Međimurju je primarni motiv dolaska posjetitelja*; H2: *Razvoj kulturnog turizma ovisi o angažmanu lokalnog stanovništva*; H3: *Geografski položaj i dobra prometna povezanost doprinose razvoju cjelogodišnjeg turizma u Međimurju*, mogu prihvatiti sa dobrom razinom pouzdanosti mjernih ljestvica. Sve hipoteze potvrđene su na temelju prosječnih ocjena izjava ispitanika od kojih svaka ima prosječnu ocjenu iznad 3,2. Rezultati socio-demografske strukture ispitanike ovog istraživanja dokazuje sljedeći profil ispitanika: žene, između 21 i 30 godina, sa diplomskih studija, iz Varaždinske županije, sa mjesečnim prihodima od 5.001,00 do 7.000,00 kuna. Glavni cilj ovog istraživanja bio je utvrditi koliko je kulturni turizam bitan za razvoj Međimurja kao turističke destinacije te može li se on nastaviti razvijati isključivo na kulturnom turizmu ili postoje li zapreke tom razvoju. Tek 5% ispitanika ovog istraživanja smatra kako se turizam Međimurja ne može razvijati samo na kulturnom turizmu već bi se daljnji razvitak morao temeljiti i na gastronomiji, agroturizmu, prirodnim ljepotama, vinarstvu te zdravstvenom, sportskom i rekreativnom turizmu. Iako Međimurje ima dobar geografski

položaj i prometnu povezanost, dodatna sredstva trebala bi se uložiti u razvoj i promociju ostalih dijelova turističke ponude kako bi se privukao veći segment turista u županiju kroz cijelu godinu.

6. ZAKLJUČAK

Kulturni turizam je dio, ili bi barem trebao biti dio svake turističke destinacije. Iako nije uvijek primarni motiv dolaska turista i posjetitelja, kulturni se turizam u barem nekoj mjeri uključuje u doživljaj turista o turističkoj destinaciji. Motivi nekadašnjih turista značajno su se promijenili u odnosu na današnje te oni postaju kulturni turisti kojima je od odmora bitnije kulturno iskustvo destinacije i povezivanje s lokalnim stanovništvom. Promjene u motivima turista uvjetovale su promjene u turističkoj ponudi destinacije koja nastoji razvijati održiv turizam, ne samo kroz očuvanje i obnavljanje fizičke imovine već i kroz očuvanje tradicije i običaja svog kraja. Nematerijalna i materijalna kulturna baština nekog naroda predstavlja podlogu za razvoj kulturnog turizma tog kraja. Razvoj takvog oblika turizma na održiv način podrazumijeva stvaranje jedinstvenog proizvoda koji će spojiti kulturu i tradiciju naroda sa suvremenim dobom uz sudjelovanje i uključenost turista u cjelokupni doživljaj. Međimurje je destinacija koja ima potencijal za razvoj kulturnog turizma budući da posjeduje bogatstvo kulturnih resursa i atrakcija. Osim onih koji su već turistički valorizirani postoje i resursi koji nisu još dovoljno iskorišteni i promovirani, a za koje postoji potencijal razvoja upravo kroz spajanje nematerijalne baštine odnosno tradicijskih običaja, s materijalnim atrakcijama i njihovom poviješću. Na temelju provedenog istraživanja u kojem su postavljene i potvrđene hipoteze: H1: *Kulturni turizam u Međimurju je primarni motiv dolaska posjetitelja*; H2: *Razvoj kulturnog turizma ovisi o angažmanu lokalnog stanovništva*; H3: *Geografski položaj i dobra prometna povezanost doprinose razvoju cjelogodišnjeg turizma u Međimurju*, može se potvrditi da se budućnost turizma Međimurja može i mora razvijati na kulturnom turizmu kao selektivnom obliku turizma, ali uz razvoj ostalih selektivnih oblika te kreiranje popratnih sadržaja za turiste i posjetitelje koji bi upotpunili turističku ponudu kao što su eno-gastronomski turizam, zdravstveni turizam i agroturizam. Također, različite manifestacije na području županije stvaraju posebnu ponudu na turističkom tržištu koja može privući značajan broj turista i posjetitelja koji se zatim uključuju i u ostale oblike turizma u destinaciji. Na taj način, turistička ponuda Međimurja može privući velik broj turista i posjetitelja kroz cijelu godinu. Osim toga, lokalno stanovništvo Međimurske županije trebalo bi sudjelovati u kreiranju takvog turističkog proizvoda kako bi on prikazao autentičnu kulturu i ljepotu svog kraja. Razvoj kulturnog turizma, ali i cjelokupne turističke ponude Međimurske županije ne bi se trebao bazirati samo na „najboljim“ atrakcijama jer će to dovesti do neodrživog razvoja turističkih resursa sa stalnim ulaganjem u jedne, a nedovoljnim ili nikakvim ulaganjem u ostatak bogatih resursa.

LITERATURA

Knjige

1. Čavlek, N. et al. (2011). Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustavi. Zagreb: Školska knjiga.
2. Du Cros, H. i McKercher, B. (2015) Cultural Tourism: What is cultural tourism?. 2. izdanje. Routledge. [online izdanje]
3. Đurić, T., Feletar, D. (1971). Stari gradovi i dvorci sjeverozapadne Hrvatske. Kulturno-prosvjetno društvo „Zrinski“ Čakovec: Čakovec.
4. Gržinić, J. (2019) UVOD U TURIZAM - povijest, razvoj, perspektive. [online]. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli. Preuzeto s: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:904523> [datum pristupa: 13.08.2022.]
5. Horvat Majzek, J. (2018). Međimursko je, :kulturna i prirodna bogatstva našeg Međimurja: Kulturna baština. Čakovec: Zrinski.
6. Jelinčić, D.A. (2008). Abeceda kulturnog turizma. Zagreb: Meandarmedia
7. Kalšan, V. (2006). Međimurska povijest. Tiskarnica Ritonja: Čakovec.
8. Pospišil, S. (2004) 100 godina čakovečkih razglednica. Tiskarnica Ritonja: Čakovec.
9. Rabić, D. (2013). Selektivni oblici turizma. 2. prerađeno i dopunjeno izdanje. Beograd: Visoka turistička škola strukovnih studija. [online izdanje]
10. Smith, M.K. (2015). Tourism and cultural change: Sustainability, tourism and cultural change. U: Hall, S., Gossling, S., Scott, D. The Routledge Handbook of Tourism and Sustainability: Theoretical frameworks and concepts in tourism and Sustainability. Routledge.

Članci

1. Kapun, V. (2014). Ni hoteli više nisu gdje su negda bili, preuzeto s: <https://medjimurje.hr/aktualno/kolumne/ni-hoteli-vise-nisu-gdje-su-negda-bili-12526/> [datum pristupa: 29.07.2022.]
2. Klarin, T. (2018). Pretpostavke uspješne implementacije koncepta održivog razvoja turizma: Primjer urbanih destinacija Republike Hrvatske, Acta turistica, 30(1), str. 43-85., preuzeto s: <https://doi.org/10.22598/at/2018.30.1.43> [datum pristupa: 15.07.2022.]
3. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske. (2003). Strategija razvoja kulturnog turizma; Od turizma i kulture do kulturnog turizma. Zagreb: Institut za turizam.

4. Pančić Kombol, T. (2006) Kulturno nasljeđe i turizam. Radovi Zavoda za znanstveni rad HAZU Varaždin, br.16-17, 2006.,str. 211-226
5. Plavec, L. (1992). Otkrivena tajna kapele Sv. Jelene u Šenkovcu, Muzejski vjesnik, 15(1), str. 66-69., preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/190568> [datum pristupa: 01.09.2022.]
6. Richards, G. (1996). Cultural Tourism in Europe. Introduction: Culture and Tourism in Europe, 10-18. CABI, Wallingford, preuzeto s: https://www.researchgate.net/profile/Greg-Richards-2/publication/277040145_Cultural_Tourism_in_Europe/links/55603e0908ae6f4dcc927dd1/Cultural-Tourism-in-Europe.pdf [datum pristupa: 20.07.2022.]
7. Richards, G. (2003). What is Cultural Tourism?, preuzeto s: https://www.researchgate.net/publication/324031354_What_is_Cultural_Tourism [datum pristupa: 09.06.2022.]
8. Tomljenović, R. i Marušić, Z. (2009). Stavovi i potrošnja posjetitelja kulturnih atrakcija i događanja u Hrvatskoj. Tomas 2008: Kulturni turizam. Zagreb: Institut za turizam, preuzeto s: http://www.iztg.hr/UserFiles/File/novosti/2009_TOMAS_Kulturni_turizam_2008_Sazetak_i_Prezentacija.pdf [datum pristupa: 05.06.2022.]
9. UNESCO Institute for Statistics. (2009). 2009 UNESCO Framework for cultural statistics. Canada: UIS, preuzeto s: http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/unesco-framework-for-cultural-statistics-2009-en_0.pdf [datum pristupa: 12.08.2022.]
10. Ured za blaga i misterije (2018). Čakovečki hotel Bahnhof nekad je bio prvo što su putnici pristigli vlakom vidjeli, preuzeto s: <https://blagamisterije.com/cakovecki-hotel-bahnhof-nekad-je-bio-prvo-sto-su-putnici-pristigli-vlakom-vidjeli-a-danas-postoj-samo-na-fotografijama/1079/> [datum pristupa: 29.08.2022.]
11. Vrtiprah, V. (2006). Kulturni resursi kao činitelji turističke ponude u 21. stoljeću: Turistička ponuda i potražnja u globalizacijskim procesima. Ekonomska misao i praksa, 15(2), str. 279-296. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/10683> [datum pristupa: 13.08.2022.]
12. Vugrinec, V. (2021). Ak ne buš dober, bu te Pesjanek fkral i hitil v Dravu!. Međimurske novine (online izdanje) broj 1358, str. 14., preuzeto s: <https://issuu.com/mnovine/docs/mnovine1358i> [datum pristupa: 31.08.2022.]

Internetski izvori

1. Booking.com (2022). Hotel Park, preuzeto s: https://www.booking.com/hotel/hr/park-aakovec.hr.html?auth_success=1&activeTab=photosGallery [datum pristupa: 28.08.2022.]
2. Centar dr. Rudolfa Steinera (2022). Dobro došli u Centar dr. Rudolfa Steinera u Donjem Kraljevcu, preuzeto s: <https://centar-rudolf-steiner.com/> [datum pristupa: 30.08.2022.]
3. Državni zavod za statistiku (2022). Stanovništvo – pregled po županijama, preuzeto s: <https://podaci.dzs.hr/media/ueajlqe5/stanovnistvo-pregled-po-zupanijama.xlsx> [datum pristupa: 27.08.2022.]
4. EKOM (2022). Gradski bazeni „Marija Ružić“ Čakovec, preuzeto s: <https://ekom.hr/objekti/gradski-bazeni/> [datum pristupa: 29.08.2022.]
5. eMedjimurje (2020). Korisna informacija, preuzeto s: <https://emedjimurje.net.hr/vijesti/drustvo/3826792/korisna-informacija-maticni-ured-u-cakovcu-ima-novo-radno-vrijeme/> [datum pristupa: 28.08.2022.]
6. eMedjimurje (2022). Podaci DZS-a U svim županijama prirodni prirast negativan, najmanje u Međimurskoj županiji, preuzeto s: <https://emedjimurje.net.hr/vijesti/drustvo/4265796/podaci-dzs-a-u-svim-zupanijama-prirodni-prirast-negativan-najmanje-u-medjimurskoj-zupaniji/> [datum pristupa: 28.08.2022.]
7. Eventim.hr (2022). Festival Pušipela – Urbanovo, preuzeto s: <https://www.eventim.hr/hr/ulaznice/festival-pusipela-urbanovo-strigova-dom-kulture-580224/event.html> [datum pristupa: 31.08.2022.]
8. Google Earth (2022) Google Earth, preuzeto s: <https://earth.google.com/web/> [datum pristupa: 01.09.2022.]
9. Grad Čakovec (2022). Iznad svih očekivanja: Porcijunkulovo u brojkama, preuzeo s: <https://emedjimurje.net.hr/vijesti/grad-cakovec/4273514/> [datum pristupa: 02.09.2022.]
10. Grubić, M. (2020). Učiteljski fakultet, preuzeto s: <https://emedjimurje.net.hr/vijesti/skolski-kutak/3902130/uciteljski-fakultet-upisi-u-cakovcu-protekli-izuzetno-dobro-povecan-interes-za-uciteljska-zvanja/> [datum pristupa: 01.09.2022.]
11. HGK (2022). Gospodarstvo županije, preuzeto s: <https://www.hgk.hr/zupanijska-komora-cakovec/gospodarstvo-zupanije> [datum pristupa: 27.08.2022.]

12. Hrvatski jezični portal (2022). Revitalizacija, preuzeto s: https://hjp.znanje.hr/index.php?show=search_by_id&id=dlllXxc%25253D [datum pristupa: 28.07.2022.]
13. Kosinus (2022). Javna ustanova za upravljanje zaštićenim dijelovima prirode na području Koprivničko-križevačke županije: Regionalni park MURA – DRAVA, preuzeto s: <https://www.zastita-prirode-kckzz.hr/zasticena-podrucja/regionalni-park-mura-drava> [datum pristupa: 27.08.2022.]
14. Hrvatska enciklopedija (2022). Međimurje. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021., preuzeto s: <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=39822> [datum pristupa: 25.07.2022.]
15. Međimurje info (2022). Porcijunkulovo, preuzeto s: <https://medimurje.info/wp/porcijunkulovo/> [datum pristupa: 02.09.2022.]
16. Međimurje info (2022). Spust murskih ladji, preuzeto s: <https://medimurje.info/wp/spust-murskih-ladji/> [datum pristupa: 31.08.2022.]
17. Međimurje info (2022). Vincekov pohod, preuzeto s: <https://medimurje.info/wp/vincekov-pohod/> [datum pristupa: 31.08.2022.]
18. Međimurje Press (2018). Znete li odakle ime Porcijunkulovo?, preuzeto s: <https://medjimurjepress.net/zupanija/povijest/znete-li-odakle-ime-porcijunkulovo/> [datum pristupa: 01.09.2022.]
19. Međimurska županija (2022) Gradovi i općine u Međimurskoj županiji, preuzeto s: <https://medjimurska-zupanija.hr/gradovi-i-opcine-u-mz/> [datum pristupa: 26.08.2022.]
20. Međimurska županija (2022). Opći podaci, preuzeto s: <https://medjimurska-zupanija.hr/opci-podaci-mz/> [datum pristupa: 29.08.2022.]
21. Međimurska županija (2022). Statistički godišnjak – Međimurska županija u brojkama [Online izdanje] Čakovec: Printex, preuzeto s: https://drive.google.com/drive/u/0/folders/19id-2_oGdFFh5c7THCx7XqfohbxRneUM [datum pristupa: 29.08.2022.]
22. Ministarstvo kulture i medija. (2022). Nepokretna kulturna baština, preuzeto s: <https://min-kulture.gov.hr/izdvojeno/kulturna-bastina/vrste-kulturne-bastine/nepokretna-kulturna-bastina/369> [datum pristupa: 27.07.2022.]
23. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske. (2020). Priručnik participativnog turizma koji povezuje zajednicu i kulturu storytelling, preuzeto s: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AAA_2020_ABC/c_dokumenti/200128_prirucnik_PT_hrv.pdf [datum pristupa: 25.07.2022.]

24. Muzej Međimurja Čakovec (2020). Razorne nepogode u povijesti Međimurja, preuzeto s: <https://mmc.hr/vijesti/v20200323.html> [datum pristupa: 30.08.2022.]
25. Muzej Međimurja Čakovec (2022). Sveta Jelena u Šenkovcu, preuzeto s: https://mmc.hr/big_svjelena.html [datum pristupa: 30.08.2022.]
26. Narodne novine (2013) Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine., NN55/2013 (1119)Zagreb: Narodne novine d.d.
27. Općina Pribislavec (2022). Znamenitosti i ostavština grofova Feštetić, preuzeto s: <https://pribislavec.hr/o-pribislavcu/povijest/dvorac-kastel/znamenitosti-i-ostavstina-grofova-festetic/> [datum pristupa: 29.08.2022.]
28. Riznica Međimurja (2021). Godinu dana prekrasne priče..., preuzeto s: <https://riznica.hr/godina-dana-prekrasne-price-riznica-medimurja-ostvarila-17-600-posjeta-na-samu-godisnjicu-odrzat-ce-se-koncert-iz-srca-medimurske-popevke/> [datum pristupa: 01.09.2022.]
29. Riznica Međimurja (2021). Muzej nematerijalne baštine „Riznica Međimurja Čakovec“, preuzeto s: <https://riznica.hr/riznica-medimurja/> [datum pristupa: 29.08.2022.]
30. Sjever.hr (2022). Međimurska županija revitalizirati će dvorac Feštetić u Pribislavcu..., preuzeto s: <https://sjever.hr/2022/02/18/medimurska-zupanija-revitalizirati-ce-dvorac-festetic-u-pribislavcu-uspostavljena-je-suradnja-s-madarskim-muzejem-helikos-koji-godisnje-ostvari-250-000-posjeta/> [datum pristupa: 30.08.2022.]
31. Telišman Košuta, N. et.al. (2016). Masterplan razvoja turizma Međimurske županije do 2020. godine. Institut za turizam: Zagreb/Čakovec., preuzeto s: https://medjimurska-zupanija.hr/dokumenti/UO%20za%20gospodarske%20djelatnosti/Masterplan_razvoja_turizma_Medjimurske_zupanije_2020.pdf [datum pristupa: 28.08.2022.]
32. Toplice Sveti Martin (2022). Terme Sveti Martin, preuzeto s: <https://www.termesvetimartin.com/hr/termomineralnibazeni-hr/> [datum pristupa: 26.08.2022.]
33. Turistička zajednica Grada Mursko Središće (2022). Spomen dom rudarstva, preuzeto s: <http://www.tz-ms.hr/turisticki-vodic/spomen-dom-rudarstva/> [datum pristupa: 29.08.2022.]
34. Turistička zajednica Općine Nedelišće (2020). Nacionalni gimnastički centar – ATON, preuzeto s: <https://www.tz-nedelisce.hr/ngc-aton/> [datum pristupa: 29.08.2022.]
35. TZ Općine Štrigova (2022) Crkva sv. Jeronima, preuzeto s: <https://www.strigova.info/crkva-sv-jeronima/> [datum pristupa: 01.09.2022.]

36. Union dd Čakovec (2014) Izgradnja Hotel Park, preuzeto s: <https://hotelpark.hr/povijest-hotel-park/izgradnja-hotel-park-45/>; [datum pristupa: 28.08.2022.]
37. Visit Međimurje (2013). Crkva Svetog Nikole i Franjevački samostan, preuzeto s: <http://www.visitmedimurje.com/backend/opsirnije-enduser.asp?id=341> [datum pristupa: 30.08.2022.]
38. Visit Međimurje (2013). Dvorac Feštetić u Pribislavcu, preuzeto s: <http://www.visitmedimurje.com/backend/opsirnije-enduser.asp?id=344> [datum pristupa: 30.08.2022.]
39. Visit Međimurje (2013). Međimurski sajam poduzetništva, preuzeto s: <http://www.visitmedimurje.com/m/manifestacije-vise.asp?id=52&m=2&mm=11&kt=Manifestacije#.YxHwuHZBzD5> [datum pristupa: 29.08.2022.]
40. World Tourism Organization. (2022). About Cultural Tourism, preuzeto s: <https://www.unwto.org/tourism-and-culture> [datum pristupa: 09.06.2022.]
41. ZSUSMZ (2017). Sportski objekti, preuzeto s: <https://zsuiszmz.hr/sportski-objekti/> [datum pristupa: 30.08.2022.]

POPIS SLIKA

Slika 1. Definijska područja kulturnog turizma.....	6
Slika 2. Tipologija kulturnog turista.....	9
Slika 3. Turistički potrošači nekad i danas	13
Slika 4. Podjela nepokretnih kulturnih dobara	15
Slika 5. Gradovi i općine Međimurske županije	18
Slika 6. Prirodni prirast Međimurske županije od 1998. do 2021. godine.....	19
Slika 7. Hotel Bahnhof nekad i danas	20
Slika 8. Hotel Metropol nekad i danas	21
Slika 9. Izgradnja Hotel Parka nasuprot današnjem izgledu	21
Slika 10. Dolasci i noćenja turista u Međimurskoj županiji od 1994. do 2021. godine.....	22
Slika 11. Unutrašnjost Crkve sv. Nikole u Čakovcu.....	24
Slika 12. Današnja Učiteljska škola u Čakovcu	25
Slika 13. Detalj unutrašnjosti kapele svete Jelene.....	25
Slika 14. Crkva svetog Jeronima u Štrigovi	26
Slika 15. Dio svetišta Crkve svetog Jeronima	26
Slika 16. Današnji izgled Dvorca Feštetić – Osnovna škola Pribislavec	27
Slika 17. Stari grad Čakovec 1906. godine	27
Slika 18. Današnji izgled Starog grada Zrinskih	28
Slika 19. SRC Mladost i Gradski bazeni "Marija Ružić" - pogled iz zraka.....	30
Slika 20. Korišteno prijevozno sredstvo.....	37

POPIS TABLICA

Tablica 1. „Čuvari“ kulturne baštine prema gradovima i općinama.....	23
Tablica 2. Socio-demografska struktura ispitanika.....	34
Tablica 3. Upoznatost s kulturnim dobrima Međimurja.....	37
Tablica 4. Cronbach Alpha koeficijent – H1	39
Tablica 5. Deskriptivna statistika - H1.....	39
Tablica 6. T-test za tvrdnje hipoteze H1	40
Tablica 7. Anova - H1.....	40
Tablica 8. Cronbach Alpha koeficijent – H2	41
Tablica 9. Deskriptivna statistika – H2.....	41
Tablica 10. T-test za tvrdnje hipoteze H2.....	42
Tablica 11. Cronbach Alpha koeficijent – H3	43
Tablica 12. Deskriptivna statistika – H3.....	43
Tablica 13. T-test za tvrdnje hipoteze H3.....	44

PRILOZI

Prilog 1 – Popis zaštićenih nepokretnih kulturnih dobara u Međimurju

Prilog 2 – Resursi i atrakcije Međimurja

Prilog 3 – Pearsonov test korelacije

Prilog 4 – Anketni upitnik

Prilog 1 – Popis zaštićenih nepokretnih kulturnih dobara u Međimurju

Kulturno dobro	Mjesto
1. Kulturno - povijesna cjelina grada Čakovca	Čakovec
2. Pil sv. Trojstva	Belica
3. Kuća "Zalan"	Donja Dubrava
4. Crkva Uzvišenja Svetog Križa	Vratišinec
5. Kompleks Starog grada	Čakovec
6. Visoka učiteljska škola	Čakovec
7. Crkva Svih Svetih	Dekanovec
8. Crkva Sv. Jurja Mučenika i građevina župnog dvora	Sveti Juraj u Trnju
9. Crkva sv. Leonarda, kurija župnog dvora i pil sv. Obitelji	Goričan
10. Kurija starog župnog dvora	Kotoriba
11. Crkva Marije Kraljice i sv. Ladislava	Mursko Središće
12. Crkva Pohoda Blažene Djevice Marije	Macinec
13. Crkva sv. Martina	Podturen
14. Poklonac sv. Trojstva	Pribislavec
15. Crkva sv. Marka Evanđelista, župni dvor i pomoćne građevine	Selnica
16. Crkva sv. Margarete	Kapelščak
17. Pil sv. Florijana	Štrigova
18. Pil sv. Roka	Štrigova
19. Crkva sv. Nikole s franjevačkim samostanom	Čakovec
20. Crkva Presvetog Trojstva	Nedelišće
21. Crkva sv. Martina	Sveti Martin na Muri
22. Kapela sv. Jelene	Šenkovec
23. Crkva sv. Jeronima i nekadašnja pavlinska rezidencija	Štrigova
24. Crkva Uznesenja Blažene Djevice Marije	Belica
25. Crkva sv. Lovre	Cirkovljan
26. Crkva sv. Jakova	Čukovec
27. Crkva sv. Magdalene i pil sv. Trojstva	Donji Kraljevec

28. Crkva sv. Roka	Draškovec
29. Crkva sv. Vida i župni dvor	Donji Vidovec
30. Poklonac sv. Florijana	Draškovec
31. Crkva sv. Katarine	Gornji Mihaljevec
32. Crkva Sedam žalosti Blažene Djevice Marije i sv. Križa	Kotoriba
33. Crkva Sv. Jurja I Župni Dvor	Lopatinec
34. Crkva Porodenja Marijinog i kurija župnog dvora	Mala Subotica
35. Crkva sv. Jakova i pil sv. Obitelji	Prelog
36. Dvorac Feštetić	Pribislavec
37. Crkva Uznesenja Blažene Djevice Marije, kurija župnog dvora i pil	Sveta Marija
38. Crkva sv. Križa	Sveti Križ
39. Crkva sv. Marije Magdalene i kurija župnog dvora	Štrigova
40. Majur Feštetić	Štrukovec
41. Zgrada stare škole	Vratišinec
42. Crkva sv. Roka	Novo Selo Rok
43. Pil sv. Mihovila Arkandžela	Čakovec
44. Pil s likom Trpećega (Žalosnoga) Krista	Gornji Mihaljevec
45. Kameni pil Sv. Trojstva	Čakovec
46. Pil Svetoga Trojstva	Kotoriba
47. Židovsko groblje	Mihovljan
48. Memorijalno mjesto stradanja Roma u II svjetskom ratu	Draškovec
49. Građevina stare škole	Hodošan

Izvor: Riznica Međimurja (2021). Zaštićena nepokretna dobra, preuzeto s: <https://riznica.hr/zasticena-nepokretna-dobra/> [datum pristupa: 29.08.2022.]

Prilog 2 – Resursi i atrakcije Međimurja

RESURS/ATRAKCIJA	VAŽNOST	KRATKI OPIS
Reljef		
<ul style="list-style-type: none"> Gornje Međimurje 	Međunarodna	Gorice, središte vinarstva, biciklističke staze, toplice
<ul style="list-style-type: none"> Donje Međimurje 	Međunarodna	Šume i livade, rijeke, termalni izvori
Rijeke		
<ul style="list-style-type: none"> Mura 	Međunarodna	Zaštićena kao značajan krajobraz, Centar za posjetitelje
<ul style="list-style-type: none"> Drava 	Međunarodna	Ribolov, plovidba, ispiranje zlata
Jezera		
<ul style="list-style-type: none"> Akumulacijska jezera na Dravi 	Regionalna	Varaždinsko i Dubravsko jezero
Zaštićena prirodna baština		
<ul style="list-style-type: none"> Regionalni park Mura – Drava 	Međunarodna	Dio UNESCO-ova rezervata biosfere Mura – Drava – Dunav
<ul style="list-style-type: none"> Značajni krajobraz rijeke Mure 	Regionalna	Bogata fauna, Biciklističke staze
<ul style="list-style-type: none"> Spomenik prirode Bedekovićeve grabe 	Regionalna	Stanište ugroženih leptira
<ul style="list-style-type: none"> Spomenik parkovne arhitekture 	Međunarodna	Stari grad Zrinskih, šetnice
<ul style="list-style-type: none"> Perivoj Zrinskih 		
Zaštićena materijalna kulturno-povijesna baština		
<ul style="list-style-type: none"> Čakovec – kulturno povijesna cjelina grada 	Nacionalna	Stari grad s perivojem, povijesna jezgra, muzej, manifestacije
<ul style="list-style-type: none"> Stari gradovi i dvorci 	Međunarodna	Stari grad Zrinskih,
	Lokalna	Dvorac Feštetić
<ul style="list-style-type: none"> Sakralna baština 	Regionalna	Kapela sv. Jelene u Šenkovcu, Crkva svetog Jeronima u Štrigovi
Zaštićena nematerijalna kulturno-povijesna baština		

<ul style="list-style-type: none"> • Čipkarstvo • Izrada pokladnih maski • Zlatarenje • Međimurska popevka 	<p>Regionalna</p> <p>Regionalna</p> <p>Regionalna</p> <p>Nacionalna</p>	<p>Svetomarska čipka</p> <p>Pikači, Cesta tradicije</p> <p>Ispiranje zlata, Cesta tradicije</p> <p>Vinko Žganec, Josip Štolcer Slavenski, Teta Liza, Žiga Međimurski, Lidija Bajuk</p>
Ostala kultura života i rada		
<ul style="list-style-type: none"> • Enogastronomija • Naftno polje Peklenica • Labirinti • Legende i priče 	<p>Nacionalna</p> <p>Regionalna</p> <p>Regionalna</p> <p>Regionalna</p>	<p>Autohtona sorta Pušipel, Tipična jela – meso z tiblice, međimurska gibanica...</p> <p>Obilježen lokalitet</p> <p>Labirinti u šumi</p> <p>Zmajevi, Dravsko čudovište, Štrigova – sv. Jeronim</p>
Kulturne ustanove		
<ul style="list-style-type: none"> • Muzej Međimurja • Centar dr. Rudolfa Steinera • Muzej Croata insulanus Grada Preloga • Spomen-dom rudarstva Cimper • Muzej Šardi 	<p>Nacionalna</p> <p>Međunarodna</p> <p>Regionalna</p> <p>Nacionalna</p> <p>Regionalna</p>	<p>Stručna vodstva, radionice</p> <p>Izložbe, predavanja, radionice</p> <p>Stalni postav naivne umjetnosti, izložbe</p> <p>Mursko Središće</p> <p>Selnica</p>
Manifestacije		
<ul style="list-style-type: none"> • Manifestacije vezane uz vino • Tradicijske manifestacije • Poslovne manifestacije 	<p>Međunarodna</p> <p>Regionalna</p> <p>Regionalna</p> <p>Međunarodna</p> <p>Međunarodna</p>	<p>Vincekov pohod, Urbanovo, Martinje</p> <p>Međimurski fašnik, Dani šibe i ribe, Porcijunkolovo</p> <p>Spust murskih ladji, Kup međimurske pastrve,</p> <p>MESAP, Gospodarski forum grada Preloga</p>
Zdravstveno-turistički i sportsko-rekreacijski objekti		

• LifeClass Terme Sveti Martin na Muri	Međunarodna	Wellness centar, centar ljepote, centar zdravlja
• Nacionalni gimnastički centar ATON	Međunarodna	Dvorana za natjecanja, specijalizirana gimnastička dvorana
• SRC Mladost	Međunarodna	Stadion, streljana, kuglana, bazeni
• Sportsko-rekreacijski centar DG Sport	Nacionalna	Dvorane i vanjski tereni
• Sportsko-rekreacijska zona Prelog	Međunarodna	Šetalište, marina, kamp
• Adrenalinski centar ACCREDO	Regionalna	Paintball, streličarstvo, penjanje na stijeni
• Zračne luke i letjelišta	Međunarodna Regionalna	Aeroklub Međimurje, Letjelište Nedelišće
• Trkališta	Međunarodna	Karting-centar Belica, Speedway stadion Millenium
Turističke staze, putovi i ceste		
• Biciklističke staze	Međunarodna	11 staza diljem županije
• Međimurski planinarski put	Regionalna	Najviši vrh Mohokos
• Međimurska vinska cesta	Međunarodna	30-ak kilometara kroz 1000 ha vinograda, 40 vinara
• Cesta tradicije	Regionalna	Radionice tradicijskih zanata
• Mlinarov poučni put	Regionalna	Dug 3,5 kilometara, povezuje „Mlinarski grunt“

Izvor: izrada autora prema Telišman Košuta, N. et.al. (2016). Masterplan razvoja turizma Međimurske županije do 2020. godine. Institut za turizam: Zagreb/Čakovec

Prilog 3 - Pearsonov test korelacije

Posterior Distribution Characterization for Pairwise Correlations^a

			Ljubaznost lokalnog stanovništva	Mogućnosti bavljenja sportom i rekreacijom	Prometna dostupnost	Cjelokupna turistička ponuda	Kvaliteta i sadržaj manifestacija	Dostupnost informacija	Prepoznatljivost destinacije	Uređenost i atraktivnost	Kvaliteta ugostiteljskih objekata	Kvaliteta smještajnih kapaciteta	Očuvanost krajolika
Ljubaznost lokalnog stanovništva	Posterior	Mode	,458	,322	,315	,429	,309	,294	,465	,423	,459	,557	
		Mean	,451	,316	,310	,422	,304	,290	,458	,418	,453	,550	
		Variance	,004	,005	,005	,004	,005	,005	,004	,004	,004	,004	,003
	95% Credible Interval	Lower Bound	,325	,187	,162	,298	,166	,154	,336	,294	,333	,442	
		Upper Bound	,565	,453	,434	,545	,440	,429	,573	,538	,565	,652	
	N		168	168	168	168	168	168	168	168	168	168	168
Mogućnosti bavljenja sportom i rekreacijom	Posterior	Mode	,458	,329	,494	,601	,423	,409	,550	,542	,459	,522	
		Mean	,451	,323	,486	,595	,417	,403	,544	,534	,452	,515	
		Variance	,004	,005	,003	,002	,004	,004	,003	,004	,003	,004	,003
	95% Credible Interval	Lower Bound	,325	,186	,371	,495	,295	,276	,436	,426	,330	,407	
		Upper Bound	,565	,453	,602	,689	,540	,522	,645	,638	,568	,628	
	N		168	168	168	168	168	168	168	168	168	168	168
Prometna dostupnost	Posterior	Mode	,322	,329	,423	,325	,479	,397	,436	,349	,349	,385	
		Mean	,316	,323	,416	,319	,472	,392	,430	,342	,344	,378	
		Variance	,005	,005	,004	,005	,004	,004	,004	,005	,005	,004	
	95% Credible Interval	Lower Bound	,187	,186	,286	,176	,353	,265	,307	,215	,211	,245	
		Upper Bound	,453	,453	,537	,447	,587	,518	,551	,476	,477	,505	
	N		168	168	168	168	168	168	168	168	168	168	168
Cjelokupna turistička ponuda	Posterior	Mode	,315	,494	,423	,537	,658	,660	,648	,487	,603	,462	
		Mean	,310	,486	,416	,531	,651	,654	,642	,481	,596	,455	
		Variance	,005	,003	,004	,003	,002	,002	,002	,003	,002	,004	,004
	95% Credible Interval	Lower Bound	,162	,371	,286	,422	,560	,568	,555	,368	,499	,335	
		Upper Bound	,434	,602	,537	,633	,734	,741	,730	,596	,693	,571	
	N		168	168	168	168	168	168	168	168	168	168	168
Kvaliteta i sadržaj manifestacija	Posterior	Mode	,429	,601	,325	,537	,506	,584	,583	,650	,444	,541	
		Mean	,422	,595	,319	,531	,501	,577	,577	,643	,438	,534	
		Variance	,004	,002	,005	,003	,003	,003	,003	,003	,002	,004	,003
	95% Credible Interval	Lower Bound	,298	,495	,176	,422	,383	,476	,477	,551	,314	,420	
		Upper Bound	,545	,689	,447	,633	,607	,675	,673	,727	,556	,635	
	N		168	168	168	168	168	168	168	168	168	168	168
Dostupnost informacija	Posterior	Mode	,309	,423	,479	,658	,506	,602	,568	,498	,446	,467	
		Mean	,304	,417	,472	,651	,501	,595	,562	,491	,441	,461	
		Variance	,005	,004	,004	,002	,003	,003	,003	,003	,004	,004	
	95% Credible Interval	Lower Bound	,166	,295	,353	,560	,383	,497	,459	,376	,316	,345	
		Upper Bound	,440	,540	,587	,734	,607	,691	,663	,599	,559	,576	
	N		168	168	168	168	168	168	168	168	168	168	168
Prepoznatljivost destinacije	Posterior	Mode	,294	,409	,397	,660	,584	,602	,606	,473	,508	,434	
		Mean	,290	,403	,392	,654	,577	,595	,598	,466	,501	,427	
		Variance	,005	,004	,004	,002	,003	,003	,002	,004	,003	,004	
	95% Credible Interval	Lower Bound	,154	,276	,265	,568	,476	,497	,502	,347	,385	,304	
		Upper Bound	,429	,522	,518	,741	,675	,691	,694	,579	,609	,548	
	N		168	168	168	168	168	168	168	168	168	168	168
Uređenost i atraktivnost	Posterior	Mode	,465	,550	,436	,648	,583	,568	,606	,534	,538	,671	
		Mean	,458	,544	,430	,642	,577	,562	,598	,528	,530	,663	
		Variance	,004	,003	,004	,002	,003	,003	,002	,003	,003	,003	
	95% Credible Interval	Lower Bound	,336	,436	,307	,555	,477	,459	,502	,420	,420	,580	
		Upper Bound	,573	,645	,551	,730	,673	,663	,694	,633	,637	,745	
	N		168	168	168	168	168	168	168	168	168	168	168
Kvaliteta ugostiteljskih objekata	Posterior	Mode	,423	,542	,349	,487	,650	,498	,473	,534	,557	,581	
		Mean	,418	,534	,343	,481	,643	,491	,466	,528	,550	,574	
		Variance	,004	,003	,005	,003	,002	,003	,004	,003	,003	,003	
	95% Credible Interval	Lower Bound	,294	,426	,215	,368	,551	,376	,347	,420	,439	,471	
		Upper Bound	,538	,638	,476	,596	,727	,599	,579	,633	,650	,672	
	N		168	168	168	168	168	168	168	168	168	168	168
Kvaliteta smještajnih kapaciteta	Posterior	Mode	,459	,459	,349	,603	,444	,446	,508	,538	,557	,459	
		Mean	,453	,452	,344	,596	,438	,441	,501	,530	,550	,453	
		Variance	,004	,004	,005	,002	,004	,004	,003	,003	,003	,004	
	95% Credible Interval	Lower Bound	,333	,330	,211	,499	,314	,316	,385	,420	,439	,333	
		Upper Bound	,565	,568	,477	,693	,556	,559	,609	,637	,650	,573	
	N		168	168	168	168	168	168	168	168	168	168	168
Očuvanost krajolika	Posterior	Mode	,557	,522	,385	,462	,541	,467	,434	,671	,581	,459	
		Mean	,550	,515	,378	,455	,534	,461	,427	,663	,574	,463	
		Variance	,003	,003	,004	,004	,003	,004	,004	,002	,003	,004	
	95% Credible Interval	Lower Bound	,442	,407	,245	,335	,420	,345	,304	,580	,471	,333	
		Upper Bound	,652	,628	,505	,571	,635	,576	,548	,745	,672	,573	
	N		168	168	168	168	168	168	168	168	168	168	168

a. The analyses assume reference priors ($c = 0$).

Izvor: izrada autora

Prilog 4 – Anketni upitnik

Turistička valorizacija materijalne kulturne baštine Međimurja

Poštovani,

pred Vama se nalazi anketa koja se provodi u svrhu pisanja diplomskog rada na Sveučilištu Sjever. Anketa je anonimna te je namijenjena za sve domaće turiste i izletnike koji su barem jednom posjetili Međimursku županiju.

Zahvaljujem na izdvojenom vremenu!

**Neka od pitanja vezana su uz kulturni turizam županije: Kulturni turizam odnosi se na putovanja koja su motivirana interesom za povijest, umjetnost, baštinu ili životni stil određene regije. To uključuje posjet muzejima, odlazak na koncerte i manifestacije, kazališta, spomenike i povijesne lokalitete, ali i običaje, tradiciju, obrte, vještine.*

1. Spol:

- Žensko
- Muško

2. Dob:

- Manje od 20
- 21 – 30
- 31 – 40
- 41 – 50
- 51 – 60
- Više od 60

3. Stupanj obrazovanja:

- Osnovna škola
- Srednja škola
- Preddiplomski studij
- Diplomski studij
- Doktorski, poslijediplomski specijalistički studij

4. Županija u kojoj živite:

- Zagrebačka
- Krapinsko-zagorska
- Sisačko-moslavačka
- Karlovačka
- Varaždinska
- Koprivničko-križevačka
- Bjelovarsko-bilogorska
- Primorsko-goranska
- Ličko-senjska
- Virovitičko-podravska
- Požeško-slavonska
- Brodsko-posavska
- Zadarska
- Osječko-baranjska
- Šibensko-kninska
- Vukovarsko-srijemska
- Splitsko-dalmatinska
- Istarska
- Dubrovačko-neretvanska
- Grad Zagreb

5. Mjesečna primanja (u kunama):

- Do 3.000,00
- Od 3.001,00 do 5.000,00
- Od 5.001,00 do 7.000,00
- Od 7.001,00 do 9.000,00
- Više od 9.001,00
- Ne želim odgovoriti

6. Koji je bio Vaš motiv putovanja u Međimurje?

- Posao
- Posjet rodbini i prijateljima
- Odmor

- Sport i rekreacija
- Kulturni sadržaji
- Prirodne ljepote
- Ostalo:

7. Način dolaska:

- Osobni automobil
- Autobus
- Vlak
- Bicikl/motocikl
- Ostalo:

8. Ocjenom od 1 do 5 ocijenite svoje ukupno iskustvo putovanja i prometnu povezanost Međimurja.

9. Vrijeme dolaska:

- Proljeće
- Ljeto
- Jesen
- Zima
- Kroz cijelu godinu

10. Koliko ste dana (noćenja) boravili u Međimurju? (Ako je to bilo više od jednom, odgovorite u prosjeku.)

- 1
- 2 – 5
- 6 – 9
- Više od 9

11. Broj posjeta

- Jednom
- Više puta

12. Gdje ste se informirali/pronašli ponudu?

- Na internetu
- U brošurama
- U turističkoj agenciji
- Preporuka
- Ostalo:

13. Ocijenite ocjenom od 1 do 5 svoje slaganje s pojedinom tvrdnjom:

- U Međimurju je najviše razvijen kulturni turizam.
- Većina posjetitelja dolazi u Međimurje za vrijeme ljetnih manifestacija.
- Kulturno-povijesna baština privlači mnoge izletnike i grupe.
- Dovoljno sredstva ulaže se u promoviranje Međimurja kao turističke destinacije.
- Međimurje ima razvijen cjelogodišnji turizam.
- Lokalno stanovništvo čini suštinu turizma Međimurja.
- Međimurje je tranzitna destinacija.
- Ulogu u vođenju i organizaciji kulturnih manifestacija trebalo bi imati lokalno stanovništvo zbog autentičnosti doživljaja.
- Na posjet stranih posjetitelja i turista u Međimurju uvelike utječe blizina granica sa Slovenijom i Mađarskom.

14. Ocijenite ocjenom od 1 do 5 sljedeće elemente povezane s Međimurjem kao turističkom destinacijom (1 je najmanja, a 5 najveća moguća ocjena):

- Prometna dostupnost
- Cjelokupna turistička ponuda
- Dostupnost informacija
- Prepoznatljivost destinacije
- Uređenost i atraktivnost
- Očuvanost krajolika
- Kvaliteta smještajnih kapaciteta
- Kvaliteta ugostiteljskih kapaciteta
- Kvaliteta i sadržaj manifestacija
- Mogućnosti bavljenja sportom i rekreacijom
- Ljubaznost lokalnog stanovništva

15. Ocijenite ocjenom od 1 do 5 svoje poznavanje i upoznatost s sljedećim kulturnim dobrima Međimurja (1 – uopće nisam upoznat, 5 – u potpunosti sam upoznat):

- Stari grad Čakovec
- Muzej Međimurja
- Dvorac Feštetić
- Kapela sv. Jelene u Šenkovcu
- Crkva sv. Jeronima u Štrigovi
- Centar dr. Rudolfa Steinera
- Muzej Croata insulanus Grada Preloga
- Spomen-dom rudarstva Cimper
- Muzej Šardi
- Zrinska garda

16. Jeste li za vrijeme svog boravka prisustvovali nekoj od manifestacija u Međimurju?

- Da
- Ne

17. Ako da, kojoj?

- Porcijunkulovo
- Urbanovo
- Međimurski fašnik
- Vincekov pohod
- Dani šibe i ribe
- Advent
- Spust murskih ladji
- Gospodarski forum Grada Preloga
- MESAP
- Ostalo:

18. Smatrate li da se turizam u Međimurju može razvijati na kulturnom turizmu?

- Da
- Ne

19. Ako ne, na čemu bi se po Vašem mišljenju on trebao razvijati?



**IZJAVA O AUTORSTVU
I
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU**

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, SANDA NOVAK (*ime i prezime*) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (*obrisati nepotrebno*) rada pod naslovom TURISTIČKA VALORIZACIJA MATERIJALNE KULTURNE BAŠTINE MEDIMURJA (*upisati naslov*) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
(*upisati ime i prezime*)

SANDA NOVAK
(*vlastoručni potpis*)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, SANDA NOVAK (*ime i prezime*) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog/diplomskog (*obrisati nepotrebno*) rada pod naslovom TURISTIČKA VALORIZACIJA MATERIJALNE KULTURNE BAŠTINE MEDIMURJA (*upisati naslov*) čiji sam autor/ica.

Student/ica:
(*upisati ime i prezime*)

SANDA NOVAK
(*vlastoručni potpis*)

IZJAVA O AUTORSTVU
I
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, SANDA NOVAK (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom TURISTIČKA VALORIZACIJA MATERIJALNE KULTURNE BAŠTINE MEĐIMURJA (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

SANDA NOVAK *Novak Sandra*
(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, SANDA NOVAK (ime i prezime) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom TURISTIČKA VALORIZACIJA MATERIJALNE KULTURNE BAŠTINE MEĐIMURJA (upisati naslov) čiji sam autor/ica.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

SANDA NOVAK *Novak Sandra*
(vlastoručni potpis)