

Ekomuzej Međimurje kao društveno odgovoran turistički proizvod

Gula, Rudi

Master's thesis / Diplomski rad

2017

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:884097>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-21**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)

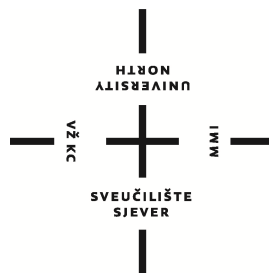


zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN



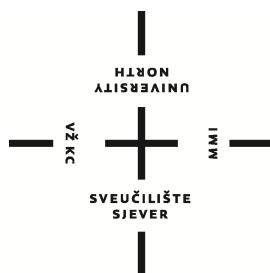
DIPLOMSKI RAD br. 65/OJ/2016

**EKOMUZEJ MEĐIMURJE KAO DRUŠTVENO
ODGOVORAN TURISTIČKI PROIZVOD**

Rudi Grula

Varaždin, Ožujak 2017.

SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN
Studij KOMUNIKOLOGIJA I ODNOSI S JAVNOSTIMA



DIPLOMSKI RAD br. 65/OJ/2016

**EKOMUZEJ MEĐIMURJE KAO DRUŠTVENO
ODGOVORAN TURISTIČKI PROIZVOD**

Student:

Rudi Gula,02111/336D

Mentor:

dr. sc. Majda Tafra-Vlahović, izv.prof.

Varaždin, Ožujak 2017.

Prijava teme diplomskoga rada

studenta iv. semestra diplomskog studija
Odnosa s javnostima

BROJ: **65/OJ/2017**

(upisuje studentska referada)

IME I PREZIME STUDENTA

RUDI GRULA

MATIČNI BROJ

0232010440

NASLOV IZABRANE TEME
DIPLOMSKOGA RADA

EKOMUZEJ MEĐIMURJE KAO DRUŠTVENO ODGOVRAN

TURISTIČKI PROIZVOD

NASLOV IZABRANE TEME DIPLOMSKOGA
RADA NA ENGLLESKOM JEZIKU

Ecomuseum Međimurje as a socially responsible tourism product

KOLEGIJ IZ KOJEG JE IZABRANA
TEMA DIPLOMSKOGA RADA

ODNOSI S JAVNOSTIMA I DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE

MENTOR

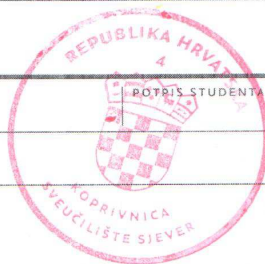
Dr.sc. Majda Tafra-Vlahović, izv.prof.

U VARAŽDINU, DANA

10.12.2016.

POTPIS MENTORA

OSV



[Handwritten signature]

V A K C

M M I

Sažetak

Turizam kao splet različitih gospodarskih djelatnosti, konvertiranjem prirodnih, kulturnih, materijalnih i nematerijalnih resursa u dodanu ekonomsku vrijednost, trenutno ima presudni značaj za sveukupan razvoj Republike Hrvatske. Hrvatski turizam, kao i međimurski kontinentalni, ovisni su o trendovima na globalnom tržištu na kojem, kako bi dugoročno bili konkurentni i održivi, moraju u njegovu razvoju i poslovanju primjenjivati najbolje svjetske prakse. Neke od takvih praksi su društveno odgovorno poslovanje i ekomuzeologija.

Koncept turističkog proizvoda koji počiva na načelima društveno odgovornog poslovanje jest i budući Ekomuzej Međimurje koji će valorizacijom, zaštitom i turistifikacijom prirodne, kulturne materijalne i nematerijalne baštine, etnografske baštine, kao i uključivanjem lokalne zajednice snažno doprinijeti turističkoj reputaciji, a time i ukupnom boljitku Međimurske županije.

Ovaj rad je orijentiran na utvrđivanje stavova dionika o razvoju novog ekomuzeja na području Međimurske županije. U istraživanju provedenom za potrebe izrade ovog rada sudjelovalo je ukupno 109 ispitanika.

Ključne riječi: društveno odgovorno poslovanje, turizam, ekomuzej, Međimurska županija

Abstract

As a combination of different economic activities that converting natural, cultural – tangible and intangible resources into a added economic value, tourism currently has a crucial importance for the total development of a Republic of Croatia. Tourism in Croatia, as well as the one in Medjmurje County, is depending on trends in the global market in which, in order to be long-term competitive and sustainable, one should apply the best global practices in its development and business activities. Some of such practices are Corporate Social Responsibility and eco museology.

The concept of a tourism product that is based on principles of corporate social responsibility is prospective Ecomuseum Medjmurje that will through valorization, protection, and touristification of natural, cultural - tangible and intangible, ethnographical heritage, as well as with involvement of the local community, strongly contribute to the tourism reputation, and overall prosperity of Medjmurje county.

This thesis is focused on determining stakeholder attitudes regarding the development of the new Ecomuseum in Medjmurje County. In research conducted a total of 109 respondents were involved.

Key Words: Corporate Social Suistanbility, tourism, ecomuseum, Medjmurje County

Popis korištenih kratica

DOP	Društveno odgovorno poslovanje
DZS	Državni zavod za statistiku
EARTH	European Alliance for Responsible Tourism and Hospitality
EDEN	European Destinations of Excellence
Engl.	Engleski jezik
ICOM	Internacionalno vijeće za muzeje
RH	Republika Hrvatska
Tzv.	Takozvani

SADRŽAJ

Sažetak	i
Abstract	ii
Popis korištenih kratica	iii
1. Uvod	1
2. Teorijski dio	3
2.1. Pojmovi „Društveno odgovorno poslovanje“ i „Reputacija“	3
2.2. Primjena načela društveno odgovornog poslovanja u turizmu.....	6
3. Muzej i Ekomuzej.....	8
3.1. Definicija muzeja.....	8
3.2. Klasifikacija muzeja	8
3.3. Uloga muzeja u turizmu	8
3.4. Uloga muzeja kao kulturno-turističke destinacije	9
3.5. Razvoj koncepta ekomuzeja	11
3.6. Definicija ekomuzeja	12
3.7. Ekomuzeji i turizam.....	14
3.8. Primjeri dobre prakse ekomuzeja	14
3.8.1. Ecomusee D'Alzace.....	15
3.8.2. Ecomuseo del Cansentino.....	16
3.8.3. Okomuseum Grenseland.....	16
3.8.4. Kilmartinhouse museum	17
3.8.5. Ekomuzeum Ruže	18
3.8.6. Ekomuzej hmeljarstva in pivarstva.....	18
3.8.7. Ekomuzej Kuća o Batani.....	19
3.8.8. Ekomuzej Mura.....	20
4. Međimurska županija kao turistička destinacija.....	21
4.1. Opći podaci o Međimurskoj županiji	21
4.2. Turistička suprastruktura.....	22
4.3. Turistička atrakcijska osnova	23
4.4. Performanse turističkog sektora u Međimurskoj županiji	24
4.5. Uspostava Ekomuzeja Međimurja	24
4.6. Ekomuzej Međimurje: Korisnost po lokalnu zajednicu	25

5. Metodologija istraživanja	27
5.1. Cilj istraživanja.....	27
5.2. Istraživačko pitanje	27
5.3. Hipoteza.....	28
5.4. Populacija i uzorak obuhvaćen istraživanjem	28
5.5. Metodologija prikupljanja podataka.....	29
6. Analiza rezultata	30
6.1. Istraživanje stavova predstavnika udruga u Međimurskoj županiji.....	30
6.2. Istraživanje stavova predstavnika javnog sektora u Međimurskoj županiji ..	37
6.3. Istraživanje stavova predstavnika poslovnih subjekata koji djeluju na području Međimurske županije	44
7. DISKUSIJA REZULTATA	52
8. ZAKLJUČAK	55
9. Popis literature	58
10. Popis slika	61
11. Popis tablica	62
12. Popis grafikona	64
13. Prilozi	65
13.1. Upitnici korišteni u istraživanju.....	65
13.2. Deskriptivna statistika	74

1. Uvod

Turizam kao splet različitih gospodarskih djelatnosti može uvelike pridonijeti razvoju neke regije ili države konvertiranjem prirodnih te kulturnih materijalnih i nematerijalnih resursa u dodanu ekonomsku vrijednost. Na primjeru Hrvatske može se govoriti o snažnoj uslužnoj industriji u kojoj sinergija prije spomenutih bogatstava te ljudskog potencijala komunicira privlačne poruke prema turistima iz cijelog svijeta. Turizam u Republici Hrvatskoj, baš kao i turizam vodećih zemalja konkurenata, svakodnevno je izložen globalnoj tržišnoj utakmici, a ako je namjera neke turističke destinacije biti dugoročno konkurentan i održiv, nužno je u poslovanju primjenjivati najbolje svjetske prakse. Jedna od takvih praksa jest i poslovanje prema načelima društveno odgovornog poslovanja.

Brojni turistički aranžmani koje karakterizira činjenica da su dostupni na globalnom tržištu, omogućili su suvremenom putniku upoznavanje različitih kultura te uživanje u ponudi koja je karakteristična za određeno podneblje. Dijeljenje iskustva putem društvenih platformi pružilo je mogućnost potrošačima da prilikom odabira turističkih destinacija za odmor eliminiraju sve one lokacije koje po njihovom sudu ne pružaju doživljaj nekog novog, jedinstvenog iskustva ili su u suprotnosti s njihovim etičkim načelima. Reputacija turističke destinacije kod suvremenog, osviještenog turista tako postaje jedan od glavnih faktora pri donošenju odluke o kupnji nekog turističkog paketa.

Kao jedan od primjera dobre prakse u turizmu koje počiva na načelima društveno odgovornog poslovanja jest koncept ekomuzeja. Njegov su nastanak obilježila brojna kulturna i socijalna previranja koja su dominirala svijetom u 20. stoljeću, ali i pokret poznatiji pod imenom ekologizam i environmentalizam koji se javio kao odgovor na sve učestalije pojave onečišćenja okoliša, ekoloških katastrofa, nestajanja prirodnih i ruralnih baština.

Jedan od najpoznatijih modela ekomuzeja razvijen je 60-ih godina 20. stoljeća u Francuskoj i od tamo globalno proširen te danas u svijetu djeluje preko tri stotine ekomuzeja različitih tematika i tipova.

Kako bi dodatno oplemenili turističku ponudu, uz primjenu načela društveno odgovornog poslovanja vidljivih kroz uključivanje cijele zajednice u projekt, doprinos

stvaranju novih radnih mjesta, ali i očuvanje prirodnih resursa, jedinice lokalne samouprave i turističke zajednice u Hrvatskoj uviđaju prednosti koncepta ekomuzeja te sve više kreću u njegovu implementaciju. Neki od poznatijih primjera su ekomuzej Batana u Rovinju koji svojim posjetiteljima nudi uvid u maritimnu baštinu, ali isto tako i ekomuzej Mura na području Međimurske županije koji turistima pruža upoznavanje s prirodnim i socijalnim fenomenima na prostoru uz rijeku Muru.

U Masterplanu razvoja turizma Međimurske županije do 2020. godine planira se širenje koncepta ekomuzeja na cijeli prostor Međimurske pod nazivom „Ekomuzej Međimurje“ koji bi objedinjavao prirodnu, arheološku, etnografsku i industrijsku baštinu, odnosno promociju i očuvanje međimurske tradicije uključivanjem u projekt svih zainteresiranih dionika.

Ovaj diplomski rad orijentiran je na analizu ekomuzeja kao koncepta turističkog proizvoda koji se razvija primjenjujući načela društvenog odgovornog poslovanja.

U drugom poglavlju donose se definicije društveno odgovornog poslovanja te analizira primjena načela društveno odgovornog poslovanja u turizmu.

U trećem poglavlju opisuje se razvoj muzeja i ekomuzeja, dok se u četvrtom poglavlju analizira potencijal Međimurske županije u području razvoju novog ekomuzeja.

U petom poglavlju donosi se prikaz metodologije istraživanja, te opisuje uzorak koji je bio obuhvaćen istraživanjem. Na temelju postavljenih hipoteza, za potrebu istraživanja su oblikovana pitanja koja su se koristila kako bi se dobio uvid u stavove ispitanika.

U šestom poglavlju se analiziraju podaci dobiveni istraživanjem korištenjem metoda upitnika, a u sedmom poglavlju diskutiraju prikupljeni podaci.

U zaključku se iznose ograničenja istraživanja, kao i preporuke za buduća istraživanja.

2. Teorijski dio

2.1. Pojmovi „Društveno odgovorno poslovanje“ i „Reputacija“

Kao jedan od odgovora na bespoštednu utrku globalnog potrošačkog društva za što većim i bržim ekonomskim rastom, koji svjesno ne preza ni pred dugoročno štetnim posljedicama po lokalnu ili globalnu zajednicu i prirodni okoliš, pojavio se koncept društveno odgovornog poslovanja (u daljnjem tekstu: DOP).

Diljem svijeta bilježi se trend konstantnog porasta broja organizacija koje kroz svoje poslovanje promoviraju koncept društveno odgovornog poslovanja. Na to ih potiču različiti ekonomski i društveni izazovi, a korisnosti ovakvog načina poslovanja po organizaciju mogu biti višestruki. Tako osim što odgovornim načinom poslovanja dugoročno investiraju u svoju budućnost, ali i budućnost svojih zaposlenika, naglasak se stavlja i na interese svih dionika poput dioničara, potrošača, odnosno zainteresiranih javnosti. Povrh spomenutog, ovaj način poslovanja može doprinijeti i povećanju prihoda koji neka organizacija ostvaruje, te samim time poboljšanju i učvršćivanju pozicije na konkurentskom tržištu. Ono što je važno istaknuti jest kako organizacije u svom radu moraju poštovati propisane zakone i pravilnike, a kroz socijalnu odgovornost i dobrovoljnost „povećati standarde društvenog razvoja, zaštite okoliša i poštovanje ljudskih prava“ [1, stranica: 1].

Dobrim i transparentnim poslovanjem promoviraju se interesi brojnih i različitih dionika, te se povećava kvaliteta i održivost istog. Kad se primjena načela društveno odgovornog poslovanja promatra na globalnoj razini, može se slobodno reći kako takav način poslovanja između ostalog pridonosi poštovanju temeljnih ljudskih prava i zaštiti okoliša. Iako je uvriježeno mišljenje da društveno odgovorno poslovanje prevladava isključivo kod velikih organizacija, sve se češće može primijetiti primjena načela i kod malih i srednjih poslovnih subjekata, nevladinih udruga, ali isto tako i predstavnika javnog sektora.

Društveno odgovorno poslovanje definirano je kao „način poslovanja u kojem poslodavac dobrovoljno odlučuje doprinijeti boljem društvu i čistijem okolišu kroz interakciju s ostalim dionicima. Odgovornost se može vidjeti kroz odnos prema zaposlenicima i prema svim ostalima koji su na neki način povezani s njima. Ovakav način poslovanja podrazumijeva investiranje u ljudski kapital, okoliš i odnose sa svim

dionicima. Također, investiranje u tehnologiju koja je prihvatljiva za okoliš doprinosi napretku. Produktivnost se povećava kroz educirane zaposlenike, poboljšane radne uvjete te dobre međuljudske odnose. U zemljama koje nemaju razvijeno zakonodavstvo ovakva praksa može dovesti do velikih pozitivnih pomaka, na kraju i do usvajanja zakonskih okvira za socijalno odgovornu praksu“ [2, stranica: 2].

Definicije korporacijske društvene odgovornosti prolazile su svoju evoluciju, pa se sada pojam koristi naizmjenično s pojmovima “društvene odgovornosti”, “održivoga razvoja”, “korporacijskoga građanstva” [3, stranica: 164]. Također, pojam se dovodi u korelaciju i sa srodnim područjem poslovnog ugleda, pri čemu je nerazvijena korporacijska društvena odgovornost velika opasnost za ugled, a razvijena korporacijska društvena odgovornost jest osiguranje od štete po ugled, a što se može vidjeti u dokazano najboljim praksama poslovnog upravljanja u svijetu. „Takvo se pak upravljanje odražava u izvješćivanju o trostrukom učinku - na ekonomskom, ekološkom i društvenom planu“ [4, stranica: 166]. Tafra dalje naglašava kako „unutar globalnog biznisa sintagme kao korporacijska odgovornost, pošteno upravljanje i održiv razvoj postali su dio svakodnevnog poslovanja“ [5, stranice 181-182], a kako su očekivanja društva sve veća.

Turistički proizvod se, pogotovo u fazi kupovanja, može opisati kao neopipljiv. Stoga ne treba čuditi činjenica kako se prilikom odabira turističke destinacije za odmor turisti nerijetko odlučuju za ona mjesta koja prati dobar glas, odnosno dobra reputacija, a koja se viralno širi brojnim društvenim platformama specijaliziranim za putovanja.

Razmatrajući pojam reputacije Tafra-Vlahović navodi kako zbog činjenice da se sama percepcija reputacije nalazi „u očima promatrača“ vrlo ju je teško definirati [5, stranice 181-182].

Iz mnogobrojnih definicija stručnjaka može se zaključiti kako je reputacija neopipljiva vrijednost poduzeća koja stvara barijere konkurentima. Upravo je neopipljiva imovina vrlo značajna za postizanje konkurentske prednosti jer ju je zbog njezine vrijednosti teško ili skupo imitirati, nadomjestiti ili zamijeniti. Dobra reputacija upućuje na to da su proizvod i/ili usluga koju neka organizacija nudi na tržištu visoke kvalitete [6, stranice 13-30.]. Drugim riječima, organizacija koja posluje po načelima društveno odgovornog poslovanja vrlo vjerojatno će učiniti sve kako bi udovoljila potrebama svojih dionika gradeći s time svoju reputaciju [6, stranice 13-30.] .

U današnje vrijeme, kada se svaka informacija širi enormnom brzinom, dostupna je javnosti u realnom vremenu te je teško nešto lažno prikazati, zadržavanje reputacije jedna je od primarnih zadaća lokalne ili globalne organizacije.

Kada se objedine sve ponuđene definicije, može se reći kako postoje dvije temeljne definicije reputacije – jedna gledana kroz prizmu organizacija, a druga kroz prizmu dionika.

Reputacija za organizaciju predstavlja nematerijalnu, neopipljivu imovinu koja omogućava organizaciji da upozna svoje dionike kroz njihove potrebe i zadovoljavanje istih. S druge pak strane, dionici i interesne grupe općenito poimaju reputaciju kao „intelektualni, emocionalni i bihevioristički odgovor na to da li su komunikacija i akcije određene organizacije u skladu s njihovim potrebama i interesima“ [7, stranica: 23.]. Sve dok je primarni fokus organizacije da zadovolji potrebe svojih dionika na razini koju konkurencija teže može postići, dionici će svoju zahvalnost pokazivati kroz lojalnost brandu vidljivu kroz daljnje korištenje usluga i/ili proizvoda. Tafta dalje navodi kako „način na koji se korporacija ponaša unutar društvenih okvira mora biti test odgovornosti“, a „građanska korporacija mora potpuno iskoristiti prilike za učenje i djelovanje ugrađujući društvene i ekološke ciljeve u svoju osnovnu djelatnost tako da svoje interne vrijednosti i sposobnosti koristi na učinkovit način“ [8, stranica: 151.] .

Kod vrednovanja reputacije važno je i voditi brigu o tome da se organizacijska tržišna vrijednost sve više temelji na nematerijalnoj imovini. Stoga reputaciju valja promatrati i kao društveno kompleksan nematerijalan izvor koji se odražava na samo poslovanje organizacije. U prilog tome govori i nekolicina autora. Primjerice, rezultati odgovornog poslovanja mogu doprinijeti vrijednosti dionica, no ono što je još važnije za naglasiti jest činjenica da s porastom vrijednosti dionica raste i vrijednost branda i ugleda [9, stranica: 144.]. Stoga se može reći da način na koji organizacije posluju te kako komuniciraju poruke vezano uz samo poslovanje prema dionicima od strateške je važnosti, budući da se samim tim činom gradi i percepcija dionika.

No, ako je reputacija neopipljiva vrijednost, ono što se samo po sebi nameće kao pitanje jest kako mjeriti istu? Fombrun je u svom istraživanju 20 atributa vezanih uz reputaciju svrstao u šest kategorija: „(1) emocionalnu privlačnost, proizvode i usluge, (3) financijski učinak, (4) viziju i vodstvo, (5) radno okruženje i (6) društvenu odgovornost“ [10, stranica: 203.] te je oblikovo tzv. „reputacijski kvocijent“ za potrebe mjerenja reputacije [10, stranica: 203.].

Fombrun i Van Riel u radu spominju i kako je trend među organizacijama investiranje u „izgradnju branda, edukaciju i istraživanja“ [11, stranica: 9] što u konačnosti dovodi do toga kako se ta investicija treba promatrati kao doprinos porastu vrijednosti organizacije [12, stranica: 10].

2.2. Primjena načela društveno odgovornog poslovanja u turizmu

Primjenu načela društveno odgovornog poslovanja u turizmu treba sagledati kroz ekonomsku, društvenu i okolišnu komponentu. S obzirom na to da je već u nekoliko navrata u ovom radu stavljen naglasak na turiste koji biraju destinacije za odmor ili općenito putovanja na temelju reputacije, u turizmu je važno orijentirati se na doprinos zajednici vidljiv kroz zapošljavanje stanovništva, ekonomsku korisnost koja je produkt turističke djelatnosti, ali isto tako i očuvanje okoliša. „Konkretnije, organizacije koje se bave turističkom djelatnošću trebaju voditi računa o vlastitim odlukama i posljedicama kojima utječu na ljude, društvo i okoliš. Zapravo, održivost mora postati imperativ svih dionika u turizmu“ [13, stranica: 16].

Budući da se usluga u turizmu odvija na relaciji pružatelj usluge-konzument usluge, prilikom sagledavanja primjene načela društveno odgovornog poslovanja u turizmu valja uzeti u obzir sve one varijable koje utječu na poimanje turizma kao društveno odgovornog. „DOP u turizmu propituje način na koji se koriste prirodna i kulturna dobra, štiti okoliš, radi na očuvanju krajolika, bioraznolikosti i kulturnog nasljeđa. U odnosu prema zaposlenicima potiče se pravednost i odgovornost, jednako kao i u odnosu prema dobavljačima i gostima. Potiče se pravedno korištenje lokalnih proizvoda i usluga, kao i što veća suradnja s lokalnom zajednicom u svrhu poboljšanja kvalitete života lokalnog stanovništva“ [14, stranica: 17].

Deklaracijom iz Cape Towna o odgovornom turizmu iz 2002. godine definirana su obilježja društveno odgovornog poslovanja u turizmu vidljiva kroz [15, stranica: 18]:

- umanjivanje negativnih učinaka na gospodarstvo, okoliš i zajednicu
- ostvarivanje veće gospodarske koristi po lokalno stanovništvo, a samim time i povećanje korisnosti po zajednicu
- poboljšanje uvjeta rada i dostupnost turizma

- uključivanje lokalnog stanovništva u turizam te donošenje odluka vezanih uz isti, a koji u konačnosti utječe i na kvalitetu njihovog života
- očuvanje prirodne i kulturne baštine, uz prihvaćanje raznolikosti
- pružanje ugodnijeg iskustva turistima kroz suvislije kontakte s lokalnim stanovništvom, veće razumijevanje lokalne kulture, društva i okoliša
- omogućavanje pristupa osoba s poteškoćama u kretanju
- poticanje stvaranja uzajamnog poštovanja između turista i domaćina, a što u konačnosti doprinosi jačanju „lokalnog ponosa i izgradnji pouzdanja“ [15, stranica: 18].

Kako bi se olakšala primjena načela društveno odgovornog poslovanja u turizmu Europsko udruženje za društveno odgovoran turizam i hotelijerstvo (engl. European Alliance for Responsible Tourism and Hospitality – EARTH) definiralo je niz smjernica, odnosno načine na koji se DOP može primjenjivati u praksi. Riječ je o: (1) putovanju na ekološki prihvatljiv način, (2) odabir smještaja na temelju okolišnih i društvenih standarda, (3) odabir turističkih destinacija koje djeluju na principu održivog razvoja, (4) poštovanje kulture lokalnog stanovništva te uključivanje ljudi iz zajednice u razvoj turizma, (5) plaćanje odgovarajuće cijene koja pokriva sve troškove, osigurava plaću zaposlenicima te razvoj zajednice, (6) poštovanju zakona o radu, (7) gospodarskoj suradnji te (8) transparentnom u poslovanju prema klijentima [16].

3. Muzej i Ekomuzej

3.1. Definicija muzeja

Prema Strategiji razvoja hrvatskog turizma do 2020.godine, jedna od najznačajnijih nišnih turističkih proizvoda je kulturni turizam. U okviru razvoja kulturnog turizma institucija muzeja je nezaobilazna.

Muzeji kao institucije imaju višestruku zadaću. Osim što su primarno orijentirani na zaštitu kulturne baštine, zbirki i predmeta koji daju uvid u povijest određenog područja, muzeji su orijentirani i na komuniciranje poruka s javnostima kroz „prezentiranje i interpretiranje predmeta, zbirki, tema, povijesnih događaja, umjetnosti“ [17, stranica: 5]. Osim spomenutog, muzeji svoj doprinos daju i u oblikovanju, kompletiranju kulturne ponude nekog mjesta, grada ili regije [17, stranica: 5].

Prva ICOM-ova (Internacionalno vijeće za muzeje pri UNESCO-u) definicija muzeja iz 1946. godine glasila je: „Muzej je svaka javna ustanova koju čine zbirke umjetničkog, tehničkog, naučnog, historijskog ili arheološkog materijala“ [18].

Kroz godine koje će uslijediti, s razvojem društva razvijala se i mijenjala uloga muzeja, a što je u konačnosti dovelo i do potrebe za stvaranjem nove definicije muzeja. Prema najnovijoj definiciji sadržanoj u Statutu ICOM-a usvojenog na 21. Generalnoj konferenciji u Beču 2007. godine muzejem se smatra „nekomercijalna, svaka javna ustanova u službi društva i njegova razvoja, koja je otvorena javnosti, i koja u svrhu proučavanja, obrazovanja i zadovoljstva, nabavlja, čuva istražuje, komunicira s publikom i izlaže materijalna svjedočanstva o ljudima i njihovoj okolini“ [18].

3.2. Klasifikacija muzeja

Prema Maroeviću (1993e) u skladu s muzeološkom strukom, muzeji se klasificiraju prema: „(1) vrsti predmeta koje posjeduju, (2) muzeološkim funkcijama, (3) smještaju, (4) teritorijalnom principu, (5) komunikaciji s publikom, (6) populaciji i (7) vlasništvu“ [18].

3.3. Uloga muzeja u turizmu

U današnje vrijeme kada je turistima na raspolaganju široka ponuda turističkih proizvoda, muzeji su sve više prisiljeni boriti se za svakoga posjetitelja. Stoga i ne treba

čuditi da ono što se tradicionalno podrazumijeva pod pojmom „muzej“ se mijenja i postaje novi turistički proizvod koji ide u korak sa sve zahtjevnijim turistima, ali i inovativnom tehnologijom. Tako muzej i dalje čuva, interpretira i izlaže predmete zbirki, što je njegova tradicionalna uloga, ali uz to postaje svojevrsan kulturni i edukativni centar, pa i mjesto provoda i zabave, gdje se osim razgledavanja izložbi pije kava, jede, gledaju filmovi i surfa po internetu, sluša koncert ili gleda kazališna predstava. Muzej postaje i mjesto informiranja i to ne samo o muzeju nego i o drugim događajima i atrakcijama, a posebno o kulturnim dobrima [19, stranica: 6].

Muzej je često ključna točka u razgledavanju nekoga grada ili regije i tako postaje dio mreže turističkih atrakcija, a ponekad i fokus kulturno turističke destinacije.

Klarić i suradnici [20, stranica: 8] navode kako se muzejske institucije u odnosu na turizam mogu promatrati s nekoliko gledišta:

1. Muzeji kao primarni interes turističkog posjetitelja - ukoliko su muzeji mjesta primarnog interesa turističkog posjetitelja, onda se o njima razmišlja kao kulturno turističkim destinacijama
2. Muzeji kao generatori novih turističkih posjetitelja - muzeji mogu imati važnu ulogu u kreiranju novih proizvoda različitih specijalističkih/ selektivnih turističkih niša
3. Muzeji kao scena - muzeji postaju scensko okruženje za različita okupljanja (edukativne radionice, kongresni turizam i sl.) [20, stranica: 8].

3.4. Uloga muzeja kao kulturno-turističke destinacije

Ono što se podrazumijeva pod sintagmom „kulturni turizam“ doživjelo je brojne promjene u posljednjih nekoliko godina. U najširem značenju, kulturni se turizam odnosi na „sve oblike putovanja izvan mjesta stalnog boravka, motivirane potpuno ili samo djelomice zanimanjem za povijesnu, umjetničku, znanstvenu, tradicijsku ili suvremenu baštinu neke zajednice, regije, grupe ili ustanove, pri čemu posjetitelji dobivaju uvid u novi i drukčiji način materijalnog i duhovnog življenja. Upravo to novo iskustvo razlog je uspjeha te vrste turizma“ [21].

U Strategiji razvoja kulturnog turizma Vlade RH, isti se definira kao „turizam specijalnih interesa koji podrazumijeva posjete osoba izvan njihovog stalnog mjesta

boravka motiviranih u cijelosti ili djelomično interesom za povijest, umjetnost, nasljeđe ili stil života područja, pri čemu kultura obuhvaća i opipljivu i neopipljivu baštinu“ [22].

Kulturni turizam bavi se cijelim rasponom ljudskoga stvaralaštva, običajima, nasljeđem, kulturnim aktivnostima. Takav turizam ujedno stvara partnerstvo između različitih sadržaja, ali se ujedno uklapa i u način života lokalne zajednice. „Turizmu su potrebne destinacije, a muzeji ne bi trebali biti samo odredišta unutar itinerara, nego i žarišta u mreži atrakcija, informativna i edukativna ishodišta“ [23, stranica: 7]. Kušen naglašava kako muzeji mogu biti integralni dio prirodnih, povijesnih i/ili kulturnih lokaliteta [24].

Muzeji su dugo služili kao zamjena za putovanja sve do pojave masovnog turizma. Stoga ne treba čuditi da su muzeji od svojih početaka, među ostalim predmetima, skupljali i čuvali suvenire s putovanja, trudeći se dočarati lokacije i povijest vezanu uz istu [23, stranica: 7]. Klarić i suradnici navode kako se danas dešava promjena i u tom segmentu. „Od trenutka kada neka destinacija postane turistički zanimljiva, ona se počinje transformirati u muzej kroz interpretiranje, prezentiranje, ali i čuvanje resursa“ [23, stranica: 7].

Turistička industrija na svijet gleda kao na muzej, instalaciju „in situ“, koja nudi doživljaj, neposrednost i pustolovinu. Muzeji svojim postavama nude doživljaj putovanja kroz prostor, vrijeme ili ideje [23, stranica: 7]. Može se reći kako se „svijet muzealizira, dok se muzej profanira“ [23, stranica: 7]. No, ono što Klarić i suradnici ističu jest činjenica da muzeji nude ono „najbolje od najboljeg, u komprimiranom prostoru i vremenu“ [25, stranice: 7-8].

Ako se uzme u obzir činjenica da turisti traže kvalitetan omjer između plaćenog i dobivenog, slobodno se može konstatirati kako ono što muzeji nude ponekad nije dovoljno. Stoga ne treba čuditi pojava novih oblika muzeja koji preuzimaju ulogu multimedijских, edukativnih centara, radionica, suvenirnica, zabavnih parkova, a samim time i kreiranje novih turističkih tematskih aranžmana.

Klarić i suradnici naglašavaju kako je riječ o putovanjima „s posebnom svrhom, koje vode povjesničari umjetnosti, kustosi, stručnjaci. Fokusirana na ekoturizam i umjetničku baštinu, tematske ture omogućavaju da turistički aranžmani budu nešto više od standardnog odmora. Ispreplitanje uloga navodi na jednostavno rješenje partnerskog odnosa, koji vodi zadovoljstvu posjetitelja, ali i lokalnog stanovništva“ [25, stranice: 7-8].

3.5. Razvoj koncepta ekomuzeja

Ekomuzeji i snažan muzeološki pokret koji se razvio s njihovom pojavom, poznatiji pod nazivima ekomuzeologija ili nova muzeologija, nastao je u specifičnom trenutku povijesti, uslijed burnih socijalnih, ekonomskih političkih i ekoloških promjena koje su obilježile šezdesete godine 20. stoljeća.

Međutim, i prije no što će se pojaviti prvi ekomuzej, prethodit će mu muzejski oblici koji će kasnije izmijeniti pogled na tradicionalnu ulogu muzeja u svijetu. To su bili muzeji na otvorenom i tzv. Heimat ili zavičajni muzeji. Model muzeja na otvorenom razvio je švedski muzeolog Arthur Hazelius krajem 19. stoljeća u Švedskoj otvaranjem muzeja Skansen 1891.godine koji se, smješten na istoimenom brežuljku grada Stockholma, sastojao od tradicijskih kuća prenesenih iz raznih dijelova Švedske. U njima su svi predmeti korišteni u opremi izvornog ambijenta bili ambijentalno kontekstualizirani i dodatno oživljeni kostimiranim vodičima [26, stranica: 47]. Heimat muzeji nastali su u Njemačkoj u 19. stoljeću, a njihov razvoj se dešava između dva svjetska rata s naglaskom na svijest o važnosti društvene uloge muzeja [26, stranica: 47].

Nastanak ekomuzeja, kao što je već spomenuto, obilježila su brojna kulturna i socijalna previranja koja su dominirala svijetom, ali i pokret znan pod imenom ekologizam i environmentalizam koji se javio kao odgovor na onečišćenje okoliša, ekološke katastrofe, nestajanje prirodne i ruralne baštine, utrke za naoružanjem.

Ovaj su koncept razvili istaknuti francuski muzeolozi George Henri Rivere (1897-1985.) i Hugues de Varine, koji je upravo tih godina (1964-1974.) bio na čelu ICOM-a. Spomenuti dvojac je godine 1971. stvorio i kovanicu „ecomusue“. Sam pojam „eco“ predstavlja skraćenicu od „ecologie“ i prvenstveno se odnosila na novu ideju holističke interpretacije baštine, a prema kojoj muzej može ispuniti svoje poslanje koje mu nameće novo post-industrijsko doba, samo ako djeluje unutar, a ne izoliran od svog prirodnog i socijalnog okruženja.

Svoj su koncept razvijali u Francuskoj koristeći tadašnji uzlet osnivanja regionalnih parkova u sklopu procesa regionalnih razvojnih planiranja, a potaknuti naglom urbanizacijom, napuštanjem i zapuštanjem ruralnih dijelova zemlje. George Henri Rivere je u ovom trendu vidio priliku za ukupnu zaštitu i interpretaciju ruralne baštine. Tako u početku nastaju tzv. „muzeji kuće“ koji se razvijaju oko autentične kuće koja je

središte oko kojeg se interpretacija širi na cijeli krajolik. Tu prvu fazu razvoja ekomuzeja karakterizira, navodi Babić, povezanost s parkovima prirode [27, stranica: 227].

Prvi ekomuzej koji je osmislio ovaj dvojac nastao je 1972.godine u središnjoj Francuskoj, na teritoriju od približno 500 kvadratnih kilometara oko gradova Le Creusot i Montceau-les-Mines, a nazvan je „Muzej čovjeka i industrije“ [27, stranica: 227]. Iako je interpretacija rasprostrta po cijelom teritoriju ekomuzeja, glavni izložbeni postav nalazi se u obližnjem dvorcu, a stalni postav je samo polazna točka za upoznavanje sa slojevitošću baštine cijelog kraja i ono što je najvažnije, ljudima koji su glavni baštinici i čuvatelji baštine [27, stranica: 227].

3.6. Definicija ekomuzeja

Definiranje ekomuzeja kao da se protivi samoj svojoj prirodi, u srži koje je činjenica da je svaki ekomuzej izrastao iz lokalnih okolnosti i da je različit od svih drugih. Ovdje se donose definicije koje su se pojavljivale u dugom vremenskom razdoblju od samih početaka pa sve do danas, čime se dodatno naglašava evolutivnost kao suštinska kategorija ekomuzeja koja se simbolički ogledala i u „razvijenosti“ njegove definicije.

Temeljne definicije iznjedrio je glavni idejni začetnik ekomuzeja i dugo vremena vodeći akter ekomuzeologije, Francuz George Henri Riviere. Godine 1973. ekomuzej se definira kao „muzej novog žanra“ koji počiva na interdisciplinarnosti (posebice ekologiji), organskoj povezanosti sa zajednicom u kojoj djeluje i sudjelovanju te zajednice u njegovom konstituiranju i funkcioniranju, dok je u drugom dijelu definirana sama struktura ekomuzeja. Kao *musee eclate*, fragmentarni muzej, on je sastavljen od primarnog koordinacijskog tijela i sekundarnih organa, odnosno ispostava ili antena. Godine 1976. G.H.Riviere predložio je definiciju koja glasi: „ On je zrcalo u kojem lokalno stanovništvo promatra sebe kako bi otkrilo svoj vlastiti lik... On je zrcalo koje lokalno stanovništvo pokazuje svojim posjetiteljima kako bi bilo bolje shvaćeno i kako bi njegove djelatnosti, običaji i identitet izazivali poštovanje. On je laboratorij, utoliko što doprinosi proučavanju prošlosti, sadašnjosti i okoliša dotične populacije te pomaže obrazovanju stručnjaka u tim poljima, u suradnji s vanjskim istraživačkim institucijama. On je škola, utoliko što angažira stanovništvo u svoju zadaću proučavanja i zaštite te ga ohrabruje da razvije jasniju predodžbu o svojoj budućnosti“ [28].

Netom prije smrti, 1985.godine, Riviere je donio još jednu važnu dimenziju definiciji ekomuzeja: “Ekomuzej je instrument zajednički osmišljen, oblikovan i vođen od strane javnog sektora i lokalnog stanovništva. Uloga javnog sektora jest da osigura stručnjake, objekte i sredstva; uloga lokalnog stanovništva ovisi o njegovim težnjama, znanju i individualnom pristupu“ [27, stranica: 227].

Patric Boylan, heritolog i emeritus sa „City University of London“ te dugogodišnji suradnik UNESCO-a, predložio je jednostavnu listu koja pokazuje razlike između ekomuzeja i tradicionalnih muzeja.

KRITERIJ	MUZEJ	EKOMUZEJ
Reference obuhvata	Zgrada	Mjesto, teritorij
Fokus interpretacije	Kolekcija	Baština u holističkom smislu
Organizacijski prioritet	Disciplinarnost	Interdisciplinarnost
Benchmark publika	Posjetitelji	Zajednica
Politika upravljanja	Muzej i njegova tijela	Zajednica i njezina tijela

Tablica 3-1 Komparacija tradicionalnog muzeja i ekomuzeja, prema Patric Boylan

Peter Davis, danas jedan od vodećih europskih muzeologa, u svojoj kulturnoj knjizi „Ecomuseums: A Sense of Place“ zaključuje: “Jedna karakteristika pojavljuje se kao zajednička karakteristika svim ekomuzejima, ponos koji imaju za mjesto koje predstavljaju. ...ekomuzeji nastoje uhvatiti duh mjesta – i po mom mišljenju ovo je ono što ih čini posebnim“ [28].

Davis nadalje predlaže pet osnovnih kriterija koji bi, prema njegovom mišljenju, trebali određivati ekomuzej:

- pokrivanje područja koje se pruža van okvira zidova muzeja
- fragmentiranost lokacija i interpretacija na licu mjesta
- suradnja i partnerstvo nasuprot vlasništvu nad izložbama ili kolekcijama
- uključenost lokalne zajednice i njezinih stanovnika u aktivnostima muzeja
- holistički i interdisciplinarni tip interpretacije [29].

3.7. Ekomuzeji i turizam

Danas su sve popularniji turistički aranžmani koji nude uvijek ono nešto više - nešto inovativno, nešto neistraženo. Naglasak se stavlja i na način života koji su živjeli naši preci. Upravo ekomuzeji kao inovativni turistički proizvodi pružaju mogućnost da posjetitelji neke turističke destinacije dožive prošlost kroz vlastito iskustvo doživljaja proizvodnje organskih proizvoda, zlatarenja ili pak degustiranjem autohtonih jela na gastronomskim cestama. Ekomuzeji kao takvi, osim što doprinose razvoju zajednice, osiguravaju i da tradicija nikada ne izumre. Naime, promicanje baštinskih vrijednosti određenog područja i njegova stanovništva može se odraziti i na ekonomske učinke kroz razvoj turizma. Povećana društvena i ekonomska vrijednost destinacije na tržištu rezultat je jačanja ukupnog baštinskog identiteta njezina teritorija.

Turizam predstavlja važan resurs, no ono što je ključno jest da turistička područja posjeduju prepoznatljivu kulturnu karakterizaciju, autentični kulturni identitet koji djeluju na povećanje kvalitete svakodnevnog života svojih stanovnika, a potom privlači i posjetitelje. Naravno, važno je i da lokalno stanovništvo percipira ovaj proces ne kao suvišan, već kao nešto što im je blisko i služi njihovim interesima. Ako nema tog čimbenika, čitava premisa za stvaranje destinacije koja će svojom baštinom i kulturnim identitetom privući tzv. „istraživački turizam“ pada u vodu [18].

Održivi razvoj izlazi iz okvira turizma, a cijeli koncept ovisi o tri elementa: (1) potražnji za posjetiteljima, (2) baštini te (3) lokalnoj zajednici [30, stranica: 137]. Ako nema harmonične ravnoteže između ovih elemenata, područja namijenjena za održivi turizam izumiru [30, stranica: 137].

3.8. Primjeri dobre prakse ekomuzeja

Pretpostavlja se kako u svijetu egzistira preko tristotinjak ekomuzeja koje karakterizira koncepcijska raznolikost. U nastavku ovog rada donosi se pregled onih ekomuzeja koji djeluju na području Europe, odnosno koji svojim konceptom mogu poslužiti kao primjer za razvoj novog ekomuzeja na području Međimurske županije.

3.8.1. Ecomusee D'Alzace

Ecomusee D'Alzace smješten je na području regije Alzas u Francuskoj, a sastoji se od izvornog alzaškog seoskog naselja sa 72 stambena objekta te nekoliko stotina različitih gospodarskih zgrada. Ono što ovaj ekomuzej čini posebnim jest činjenica kako originalni stambeni objekti datiraju iz 15.stoljeća [31].

Ono što čini razliku između klasičnog muzeja na otvorenom i ovog ekomuzeja je to što se u njemu živi „normalan“ (kustosi-animatori stanuju u selu) seoski život s kraja 19. stoljeća. Velik se naglasak stavlja i na kulturnu multietničnost s obzirom na to da je Alzas „mješovito“ francusko-njemačko kulturno-etničko područje.

Ecomusee D'Alzace obuhvaća i poljoprivredna zemljišta namijenjena organskom uzgoju proizvoda koji su dio turističke ponude. To je jedan od najstarijih i najprestižnijih muzej takve vrste u Francuskoj i Europi. Ekomuzej je započeo s radom 1984.godine, a godišnje ga posjeti preko 6,5 milijuna turista [21].



Slika 3-1 Prikaz alzaško seoskog naselja, fotografije preuzete sa www.ecomusee-alsace.fr

3.8.2. Ecomuseo del Cansentino



Slika 3-2. Prikaz ponude Ecomuseo del Cansentino, fotografije preuzete sa www.ecomuseodelcansentino.it

U planinskoj dolini uz rijeku Arno u regiji Toskana smješten je koncept ekomuzeja Cansentino koji se sastoji od šest sustava, odnosno arheologije, civilizacije-dvoraca, voda, šuma, poljoprivredno-pastirskog sustava te industrije. Ono što ovaj ekomuzej čini posebnim jest činjenica da njime upravlja neprofitna nevladina udruga građana te da je udružen u mrežu ekomuzeja Italije koja okuplja stotinjak ekomuzeja [32].

3.8.3. Okomuseum Grenseland

Prioritetni cilj ovog ekomuzeja smještenog na velikom području uz norveško-švedsku granicu jest prikazati kako državna granica djeluje na dva susjedna naroda i do kojih razlika i drugih utjecaja u životu i kulturi stanovnika zbog nje dolazi. Kroz ekomuzej se prezentiraju različite teme od prirode, srednjovjekovne povijesti, razvoja trgovine, pa sve do industrijskog razvoja te razvoja telekomunikacija [33].



Slika 3-3 Prikaz detalja iz ekomuzeja Grensland, fotografije preuzete sa www.okomuseum-grensland.org

3.8.4. Kilmartinhouse museum

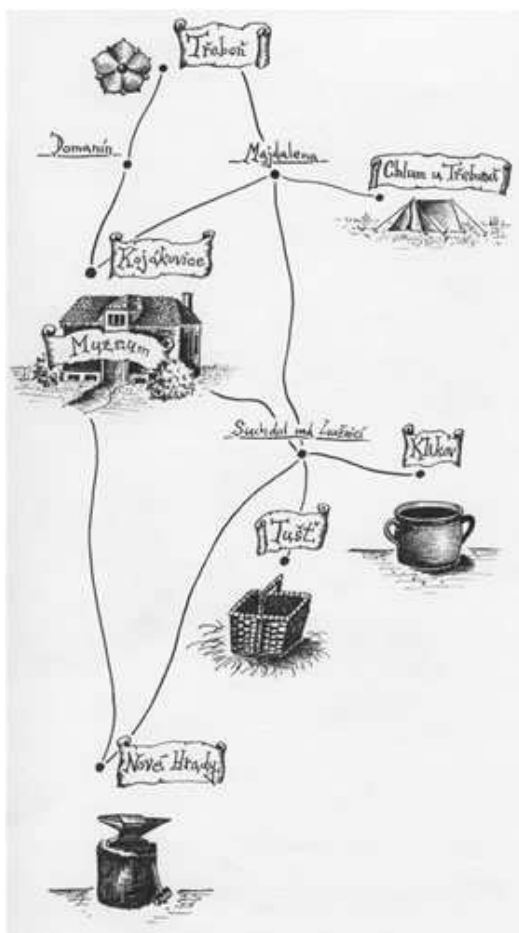
U dolini Kilmartin u Škotskoj smješten je ekomuzej istoimenog naziva koji u radijusu od 10 kilometara obuhvaća preko 350 spomenika i važnih povijesnih artefakata: rezbarenih stijena, grobnih humaka i drugih prahistorijskih objekata. Stalni postav smješten je u elegantnoj staroj zgradi u centru sela, a preko svojih pet zbirki prikazuje tragove 10.000 godina evolucije ovog područja koji se smatra jednim od najznačajnijih arheoloških područja na britanskom otočju [34].



Slika 3-4 Prikaz logotipa i detalja ekomuzeja Kilmartinhouse i menhiri, preuzeto sa www.kilmartin.org

3.8.5. Ekomuzeum Ruže

Na jugozapadu Češke u 2011. godini osnovan je ekomuzej koji obuhvaća ruralno područje oko zavičajnog muzeja Kojakovice smještenog u istoimenom naselju. Tematskim stazama koje se granaju od zavičajnog muzeja kao centralne informacijske i dokumentacijske točke povezane su atrakcije prirodne baštine, ruralne graditeljske baštine, tehničke i obrtničke baštine, sakralni spomenici, spomenici o povijesti rudarstva, a na pojedinim točkama prezentiraju se tradicijski folklorni običaji te regije [35].



Slika 3-5 Prikaz mape ekomuzeja, preuzeto sa <http://www.ruze.ekomuzeum.cz>

3.8.6. Ekomuzej hmeljarstva in pivarstva

Kao što mu samo ime govori, ovaj ekomuzej fokusiran je na temu uzgoja hmelja i proizvodnje piva. Prezentacija je organizirana kroz posjećivanje polja hmelja, te pogona

pivovara koje na tradicionalan i suvremen način proizvode pivo te kroz manifestacije posvećene temi hmelja i piva. Ekomuzej obuhvaća naselje Žalec i okolna mjesta u blizini Celja [36].



Slika 3-6 Logotip ekomuzeja Hmeljarstva i fotografija berbe hmelja, preuzeto sa www.ekomuzej-hmelj.si

3.8.7. Ekomuzej Kuća o Batani

Kuća o Batani prvi je hrvatski ekomuzej osnovan 2004. godine u Rovinju. Riječ je o ekomuzeju koji „istražuje, vrednuje, štiti, intepretira, re-kreira, prezentira i komunicira materijalnu i nematerijalnu maritimnu baštinu“ [37]. Drugim riječima, jedan od glavnih zadataka ekomuzeja je pokazati batanu kao živu nositeljicu maritimne tradicije, ali i kao sponu koja svakodnevno povezuje lokalne žitelje raznih etniciteta, prvenstveno danas manjinskog talijanskog i većinskog hrvatskog.



Slika 3-7 Prikaz logotipa i detalja iz ekomuzeja Kuća o batani, preuzeto sa www.batana.org

3.8.8. Ekomuzej Mura

Ekomuzej Mura prostire se na području veličine od 286,67 km², a ono što ga čini zanimljivim jest činjenica da je politički gledajući, organiziran kroz šest jedinica lokalne samouprave [38], odnosno:

- u Međimurskoj županiji: Općinu Sveti Martin na Muri, Općinu Podturen i Grad Mursko Središće Međimurju,
- u Prekmurju (Slovenija): Općinu Beltinci, Grad Lendava i Općinu Razkrižje

Bogatstvu i raznolikosti kulturno-povijesnog nasljeđa područja Ekomuzeju Mura svakako doprinose artefakti u kontinuitetu od prapovijesnog razdoblja do objekata iz feudalnog razdoblja, baroknih sakralnih objekata (crkve, raspela,) privatne etnološke zbirke, objekti ruralne tradicijske graditeljske baštine (mlinovi, kuće, kleti), a tu su i očuvane tradicijske djelatnosti (izrada slamnatog krova, pletenja cekera, tkalačke vještine, lončarstvo, ciglarstvo, burjaštvo, skelarstvo, mlinarstvo) te bogata folklorna baština [38]. Najvredniji dio prirodnog okoliša je zaštićeni krajolik rijeke Mure kojeg obilježava raznolika vegetacija. „Dinamika u riječnoj nizini stvara veliki broj biotopa kratkog vijeka. Na rubovima murske vegetacije razvija se kulturni krajolik sa zanimljivim uzorcima oranične razdiobe i rasporedom naselja usporedno s riječnim tokom“ [38].

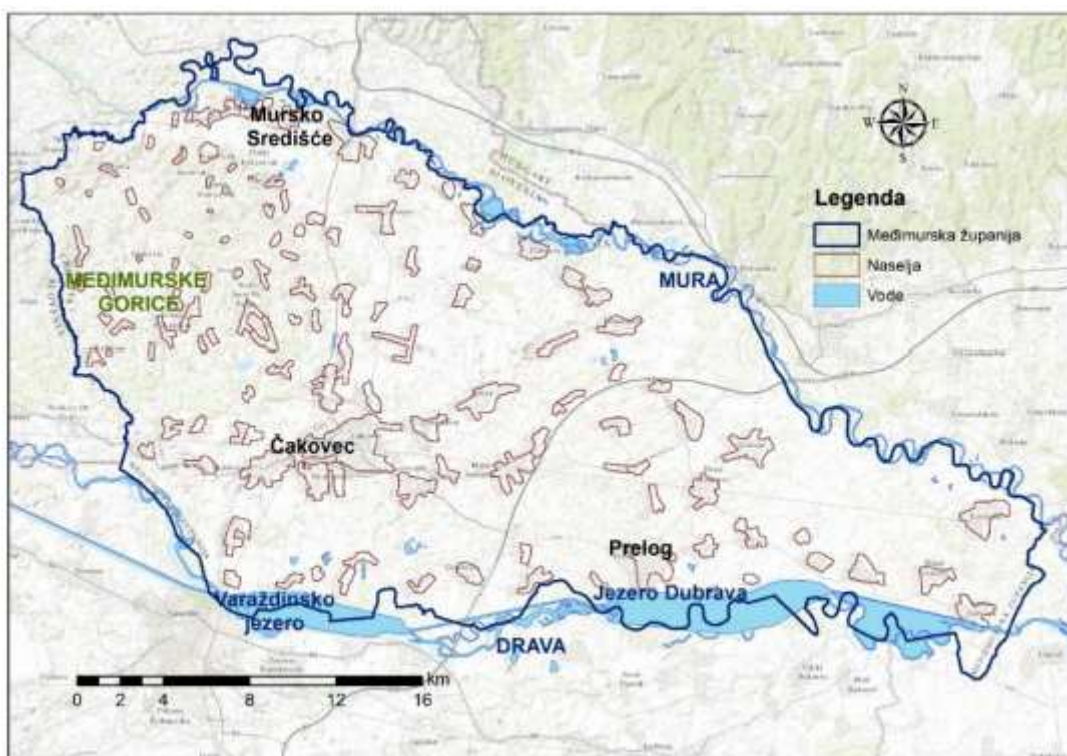


Slika 3-8 Prikaz Ekomuzeja Mura, fotografija preuzeta sa <http://www.ekomuzejmura.com/?l=h>

4. Međimurska županija kao turistička destinacija

4.1. Opći podaci o Međimurskoj županiji

Međimurska županija kao najsjevernija županija Republike Hrvatske na sjeveru i zapadu graniči s Republikom Slovenijom, na istoku s Republikom Mađarskom, na jugu s Varaždinskom županijom, a na jugoistoku s Koprivničko-križevačkom županijom. Granice županije su u većoj mjeri određene prirodnim tokovima rijeke Mure na sjeveru i istoku te rijeke Drave na jugu [39].



Slika 4-1 Zemljopisna karta Međimurske županije, preuzeto sa http://medjimurska-zupanija.hr/dokumenti/UO%20za%20gospodarske%20djelatnosti/Masterplan_razvoja_turizma_Medjimurske_zupanije_2020.pdf

„Prema prirodno-geografskim osobinama, jasno se diferenciraju dvije osnovne mikroregionalne cjeline: brežuljkasto Gornje i nizinsko Donje Međimurje. Reljef donjeg Međimurja prvenstveno je određen aluvijalnim dolinama Mure i Drave, dok je Gornje Međimurje prijelazna kontaktna zona između Panonske nizine i istočnih Alpi. Najviši vrhovi su Mohokos s 344,5 (područje Gornjeg Međimurja u blizini naselja Lopatinec) i Cimernov brijeg s 345 metara nadmorske visine (područje Gornjeg Međimurja u blizini naselja Dragoslavec)“ [40, stranica: 9].

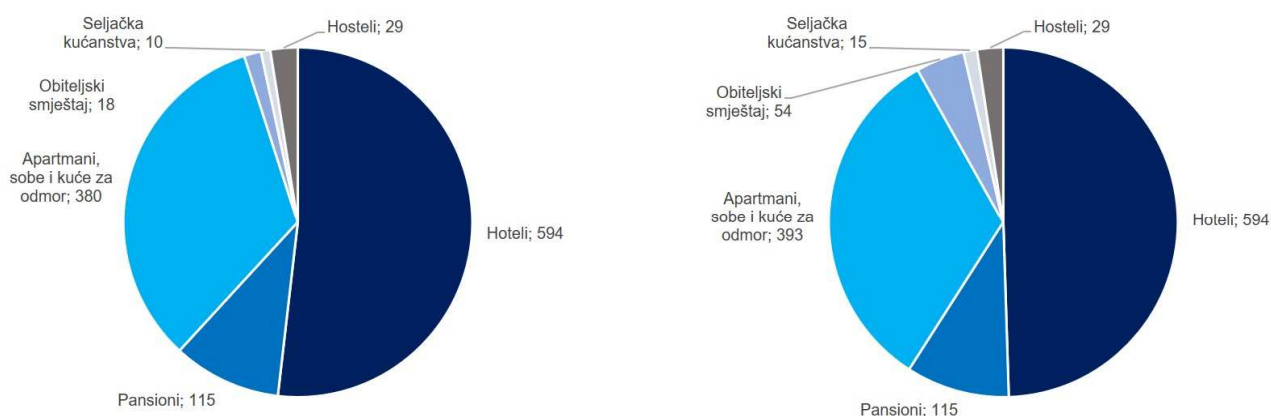
Područje Međimurja određeno je rijekama Murom i Dravom, te najvećim pritokom rijeke Mure - Trnavom. Važno je spomenuti i kako se na rijeci Dravi nalaze i dva akumulacijska jezera [41, stranica: 10].

„Međimurje je reljefno otvoren prostor prema Panonskoj nizini, pa su panonski utjecaji snažniji od alpskih. To se očituje u relativno vrućim ljetima i hladnim zimama. Međimurje karakterizira umjerena topla vlažna klima s toplim ljetom (Cfb) (Šegota, Filipčić, 2003) . Prosječna srpanjska temperatura iznosi 19°C, a prosječna siječanjska temperatura -1°C, pri čemu su rijetke nagle izmjene temperature. Godišnji hod količine oborina je kontinentalnog tipa s maksimumom u toplom dijelu godine (travanj do rujan) i sekundarnim maksimumom u kasnu jesen. Ukupne godišnje količine oborina iznose oko 900mm te nema značajnijih sušnih razdoblja“ [42, stranica: 11].

Međimurska županija prostire se na površini od 730km², te se sastoji od 22 općine i tri grada – Čakovca, Preloga i Murskog Središća [42, stranica: 11].

4.2. Turistička suprastruktura

Prema podacima Državnog zavoda za Statistiku, na području Međimurske županije u 2015. godini poslovala su 22 smještajna objekta s ukupno 544 smještajne jedinice (sobe ili apartmana) i 1392 ležaja, a usluge smještaja pružalo je i 11 kućanstava od kojih jedno u seljačkom turizmu (31 smještajna jedinica sa 72 ležaja). U strukturi kapaciteta prema vrsti objekata dominiraju hoteli s 308 smještajnih jedinica i 630 ležaja, a slijede sobe za iznajmljivanje, apartmani i kuće za odmor u skupini odmarališta i sličnih objekata sa 164 smještajne jedinice i 606 ležajeva [43].



Grafikon 4-1 Prikaz komercijalnih smještajnih kapaciteta u Međimurskoj županiji tijekom 2014. i 2015.godine, prema DZS

Prema dostupnim podacima iz kolovoza 2015.godine, kompleks Sveti Martin na Muri bio je vodeći po broju smještajnih jedinica i postelja. U datom trenutku raspolagali su s 297 smještajnih jedinica i 626 osnovna ležaja [43].

Dominantni oblik smještaja u toj destinaciji čini kompleks s hotelom od 151 sobe i 6 apartmana te dodatnim 101 apartmanom, a smještaj je organiziran i u 5 kućanstava s ukupno 15 smještajnih jedinica. Čakovec je u 2015.godini imao u ponudi 122 smještajne jedinice i 231 ležaj, a grad Prelog 45 smještajnih jedinica i 85 osnovnih ležajeva. Osim u te tri destinacije, hotelski je smještaj organiziran i u Donjem Kraljevcu. Sukladno podacima Turističke zajednice Međimurske županije od pet hotela, jedan hotel ima kategoriju 4 zvjezdice (Hotel Golfer, Toplice Sveti Martin), tri hotela imaju kategoriju 3 zvjezdice (Hotel Kralj, Donji Kraljevec; Hotel Panorama, Prelog; Hotel Prelog, Prelog) te jedan hotel kategoriju 2 zvjezdice (Hotel Park, Čakovec). Terme Sv. Martin, kao pojedinačno najveći smještajni kompleks u Županiji (hotel Spa Golfer i Apartmani Regina), dio su Life Class grupacije te se na tržištu pozicionirao kroz projekte 'Pokreni se', 'Napuni se pozitivnom energijom', 'Doživi Međimurje' '100% prirodan odmor, s orijentacijom ponudu turističkih proizvoda vezanih uz zdravi način života te aktivan odmor. Tako spomenuti kompleks svojim posjetiteljima nudi uz termomineralne bazene, saune, Lumbalis centar zdravlja, ali i mogućnost odvijanja konferencijskog turizma [44].

4.3. Turistička atrakcijska osnova

Analizirajući dostupne podatke u Masterplanu razvoja turizma Međimurske županije, može se ustvrditi kako spomenuta regija ima velik potencijal u domeni kontinentalnog turizma. U prilog tome govore i brojne osvojene nagrade poput onih u natjecanju izvrsnosti kontinentalnog turizma (Zeleni cvijet Hrvatske turističke zajednice). Grad Čakovec se može pohvaliti i najvišim ocjenama u kategoriji uređenosti gradova srednje veličine u razdoblju od 2008.pa sve do 2010.godine, a grad Prelog kao najuređenije mjesto do 5.000 stanovnika u 2012.godini. Također, valja naglasiti i kako je Međimurska županija jedina hrvatska županija koja je na natjecanju European Destinations of Excellence (EDEN) u razdoblju od 2007. do 2015. godine dobila dva nacionalna pobjednika - Gornje Međimurje u 2015. i Sveti Martin na Muri u 2007. godini [45, stranica: 34].

Osim spomenutih nagrada, Sveti Martin na Muri je dobio je srebrni cvijet europske asocijacije Entente Florale Europe u 2010.godini, dok je naselje na natjecanju Zeleni cvijet „višestruko bilo izdvojeno kao jedno od najljepše uređenih malih mjesta kontinentalne Hrvatske“ [46, stranica: 24]. Na temelju navedenih podataka, može se ustvrditi kako razvojni potencijal turizma u Međimurskoj županiji se bazira na prirodnoj, materijalnoj i nematerijalnoj baštini, te etnografskoj i industrijskoj baštini.

Masterplan razvoja turizma Međimurske županije otkriva i status resursa odnosno atrakcija po pitanju tržišne spremnosti. I dok većina reljefnih resursa i kulturnih ustanova uživa status tržišne spremnosti ili poluspremnosti, zaštićena materijalna kulturno-povijesna baština još uvijek nosi status ili tržišne poluspremnosti ili nespremnosti [47, stranice: 25-30.].

Potonje spomenuto otkriva i potencijal za razvoj novih turističkih proizvoda koji bi bili okrenuti očuvanju tradicionalnih običaja i prirodnih resursa.

4.4. Performanse turističkog sektora u Međimurskoj županiji

Prema dostupnim podacima, tijekom 2015.godine na području Međimurske županije ostvareno je 127,2 tisuća noćenja u komercijalnim smještajnim kapacitetima. Od spomenutog broja, 72,7 tisuća je ostvareno u hotelima i sličnim smještajnim jedinicama, a 54,5 tisuća noćenja u odmaralištima i sličnim smještajnim kapacitetima [44].

Iz dostupnih podataka se također može iščitati kako su tijekom 2015.godine najpopularniji oblici smještaja među turistima bili hoteli (53.6%), apartmani, sobe i kuće za odmor (37.5%)[45].

4.5. Uspostava Ekomuzeja Međimurja

Uspostava Ekomuzeja jedna je od šest ključnih mjera za razvoj turizma u Međimurskoj županiji do 2020.godine [44].

Namjera je cijelog projekta pojačati prepoznatljivost imidža Međimurske županije kao kontinentalne turističke destinacije te pobuditi interes kod turista za prirodne, materijalne, nematerijalne, etnografske i industrijske baštine na području Međimurske županije [44].

Pri tome bi, kao posebne atrakcije, muzej uključivao i tzv. Međimursko selo, odnosno zaokružen tradicijski uređen prostor na kojem bi se u funkciji što vjernijeg prenošenja

„duha“ života, ali i uz osiguranje dinamičnog obilaska te korištenje suvremenih interaktivnih tehnologija, predstavio autentičan izgled sela s početka prošlog stoljeća te prikazali različiti elementi življenja i rada (uključujući i različite obrte) seljaka i njihovih obitelji [44]. Svjedočeći o kulturi života i rada na području Međimurja, osim ruralne baštine, veliki potencijal za razvoj inovativne turističke ponude predstavlja i industrijska baština. Nafta (Peklenica), rudarstvo (Mursko Središće i Dragoslavec) i željeznica (Kotoriba, Donji Mihaljevec, Dunjkovec) tri su snažne teme čija turistička valorizacija podrazumijeva dostupnost/uređenost u fizičkom, ali i marketinškom smislu [44].

4.6. Ekomuzej Međimurje: Korisnost po lokalnu zajednicu

Koncept turističkog proizvoda Ekomuzeja Međimurje trebao bi objediniti prirodnu, materijalnu i nematerijalnu, etnografsku i industrijsku baštinu. Kada se ovom pridoda ljudski potencijal koji će biti angažiran, može se govoriti o turističkom proizvodu koji će prema turistima odašiljati snažnu poruku o gospodarskom turizmu na krajnjem sjevernom dijelu Republike Hrvatske.

Osim što su kroz ovaj turistički proces devastiranja prirodnih bogatstava svedena na minimalnu razinu, ekomuzej je orijentiran na to da prihode direktno ubiru oni koji su partneri u projektu – vlasnici prirodne, materijalne, nematerijalne, etnografske i industrijske baštine. Nadalje, veća kontrola prihoda omogućuje i veću kontrolu troškova koji su sastavni dio svakog poslovanja, a u konačnosti i mogućnost planiranja zapošljavanje stanovništva s područja Međimurske županije. Turistička zajednica Međimurske županije za potrebe razvoja cijelog koncepta namjerava podržati partnere u projektu kroz brojne savjetodavne usluge, ali isto tako i kroz brojne specijalizirane radionice koje bi trebale doprinijeti podizanju kvalitete cijelog koncepta, očuvanju međimurske tradicije, povećanju vrijednosti baštine koja je obuhvaćena ekomuzejom, a u konačnosti i porastom prihoda Međimurske županije u ovoj grani gospodarstva.



Slika 4-2 Prikaz društveno odgovornog poslovanja na primjeru koncepta turističkog proizvoda Ekomuzej Međimurje, Izvor: vlastiti rad

5. Metodologija istraživanja

5.1. Cilj istraživanja

Na temelju analiziranih podataka, postavljen je cilj istraživanja ovog diplomskog rada:

- determinirati korelaciju između stavova predstavnika javnog sektora na području Međimurske županije i njihove spremnosti na sudjelovanje u razvoju ekomuzeja Međimurje kao koncepta turističkog proizvoda
- determinirati korelaciju između stavova predstavnika nevladinih udruga na području Međimurske županije i njihove spremnosti na sudjelovanje u razvoju ekomuzeja Međimurje turističkog proizvoda
- determinirati korelaciju između stavova predstavnika poslovnih subjekata u području razvoja turizma na području Međimurske županije i njihove spremnosti na sudjelovanje u razvoju ekomuzeja Međimurje turističkog proizvoda

5.2. Istraživačko pitanje

Postoji li povezanost između stavova predstavnika javnog sektora koji djeluju na području Međimurske županije i njihove spremnosti na sudjelovanje u razvoju ekomuzeja Međimurja kao koncepta turističkog proizvoda?

Postoji li povezanost između stavova predstavnika nevladinih udruga koji djeluju na području Međimurske županije i njihove spremnosti na sudjelovanje u razvoju ekomuzeja Međimurja kao koncepta turističkog proizvoda?

Postoji li povezanost između stavova predstavnika poslovnih subjekata koji djeluju na području Međimurske županije u području razvoja turizma i njihove spremnosti na sudjelovanje u razvoju ekomuzeja Međimurja kao koncepta turističkog proizvoda?

5.3. Hipoteza

Na temelju utvrđenih istraživačkih ciljeva, postavljene su hipoteze pomoću kojih su se utvrđivali stavovi ispitanika o osnivanju novog ekomuzeja Međimurje:

H1: Predstavnici javnog sektora imaju pozitivan stav o razvoju ekomuzeja Međimurje kao koncepta turističkog proizvoda.

H2: Predstavnici udruga imaju pozitivan stav o razvoju ekomuzeja Međimurje kao koncepta turističkog proizvoda.

H3: Predstavnici poslovnih subjekata imaju pozitivan stav o razvoju ekomuzeja Međimurje kao koncepta turističkog proizvoda.

H4: Ispitanici koji u svom poslovanju primjenjuju načela društvenog poslovanja imaju pozitivniji stav o uključivanju u projekt razvoja ekomuzeja Međimurje.

5.4. Populacija i uzorak obuhvaćen istraživanjem

Istraživanjem je bio obuhvaćen sljedeći uzorak s područja Međimurske županije:

- Predstavnici javnog sektora
- Predstavnici nevladinih udruga
- Predstavnici poslovnih subjekata koji imaju registriranu turističku djelatnost

Iz područja javnog sektora, istraživanjem su obuhvaćeni:

- Jedinice lokalne samouprave – općine i gradovi
- Javne institucije – muzeji, razvojne agencije, centri za kulturu, osnovne škole i javne ustanove za zaštitu prirode i kulture
- Turističke zajednice općina i gradova

Istraživanjem su bili obuhvaćeni i predstavnici nevladinih udruga, odnosno:

- Kulturno-umjetničke udruge
- Ekološke udruge

U području privatnog sektora naglasak je stavljen na poslovne subjekte koji u svojoj ponudi obuhvaćaju prirodnu ili kulturnu baštinu, odnosno:

- Obiteljsko-poljoprivredna gospodarstva koji imaju registriranu turističku djelatnost

- Poslovni subjekti koji imaju registriranu turističku djelatnost
- Fizičke osobe koji su u posjedu etnografskih i ostale zbirke koje mogu pridonijeti razvoju ekomuzeja Međimurje

5.5. Metodologija prikupljanja podataka

Za potrebe izrade ovog diplomskog rada provela su se tri istraživanja kojima se dobio uvid u stavove predstavnika javnog sektora, nevladinih udruga, poslovnih subjekta i fizičkih osoba koji obavljaju turističku djelatnost na području Međimurske županije.

Na samom početku istraživanja ispitanici su upoznati s ciljevima istraživanja. Za potrebu prikupljanja podataka korišteni su upitnici koji su putem platforme Esurvey Creator poslani ispitanicima. Za svaku grupu ispitanika je oblikovan jedan upitnik.

Sam upitnik je dao uvid u razumijevanje pojma društveno-odgovornog poslovanja, ali isto tako i spremnost ispitanika na uključivanje u razvoj Ekomuzeja Međimurje. Upitnik je se sastojao od pitanja otvorenog i zatvorenog tipa, te pitanja oblikovana na principu Likertove ljestvice ocjene stavova ispitanika od 5 stupnjeva. Vrijednost 1 (jedan) je označavalo potpuno neslaganje, a vrijednost 5 (pet) potpuno slaganje ispitanika s tvrdnjom.

Prikupljanje podataka odvijalo se u periodu od 20.veljače 2017.godine pa sve do 25.veljače 2017.godine.

6. Analiza rezultata

Istraživanjem stavovima predstavnika javne uprave, udruga i poslovnih subjekata s područja Međimurske županije o razvoju novog ekomuzeja bilo je obuhvaćeno sveukupno 109 ispitanika.

Ispitanici	Broj ispitanika	Postotak (%)
Predstavnici udruga koje djeluju na području Međimurske županije	35	32,11
Predstavnici javne uprave s područja Međimurske županije	35	32,11
Predstavnici poslovnih subjekata koji posluju na području Međimurske županije	39	35,78
UKUPNO	109	100,00

Tablica 6-1 Prikaz broja ispitanika obuhvaćenih istraživanjem po grupama

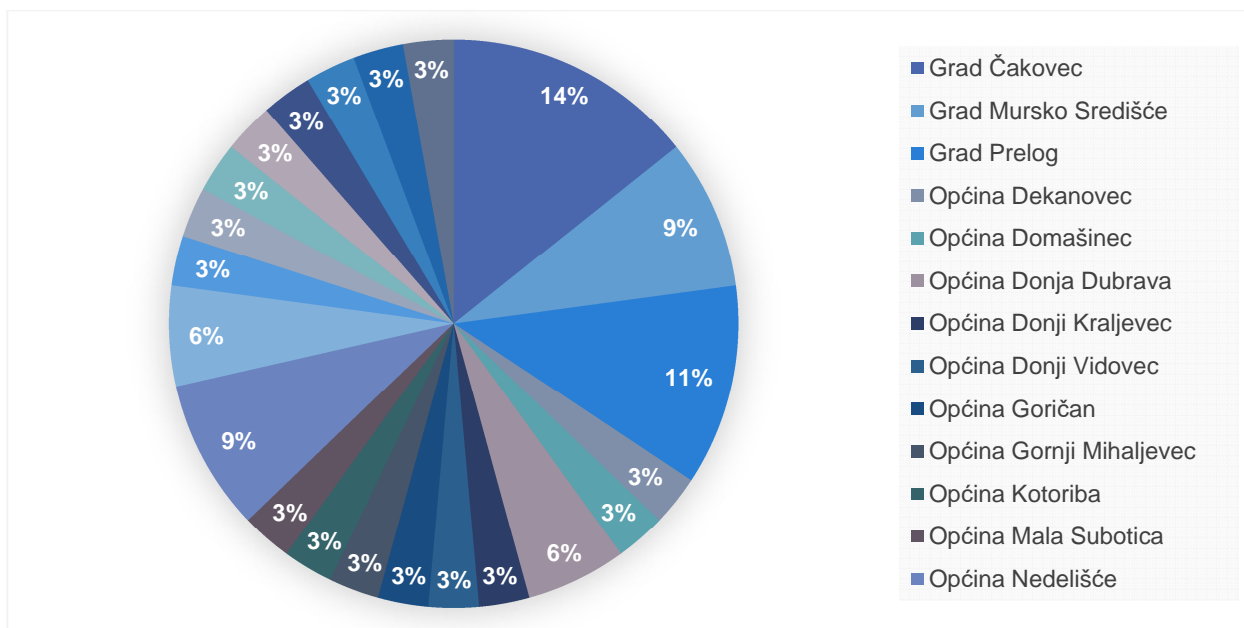
6.1. Istraživanje stavova predstavnika udruga u Međimurskoj županiji

U provedenom istraživanju sudjelovalo je 35 predstavnika udruga koji djeluju na području Međimurske županije.

Oblik udruge	Broj ispitanika	Postotak(%)
Kulturno-umjetnička udruga	28	80,00
Udruga za očuvanje i promicanje tradicijskih zanata i ruralne graditeljske baštine	3	8,57
Udruga za promicanje kvalitete života	1	2,86
Udruga za promicanje tradicionalne poljoprivrede i kulinarike	1	2,86
Ekološka udruga	2	5,71
UKUPNO	35	100,00

Tablica 6-2 Prikaz oblika udruga obuhvaćenih istraživanjem

Analizom podataka dobivenih istraživanjem utvrđeno je kako su u istom sudjelovale udruge koje svoje sjedište imaju registrirano na području grada Čakovca (14,29%), grada Preloga (11,43%), grada Mursko Središće (8,56%) i općine Nedelišće (8,56%). U istraživanju nisu sudjelovale udruge sa područja općina Belica, Orehovec i Vratišinec.



Grafikon 6-1 Prikaz ispitanika obuhvaćenih istraživanjem prema geografskoj rasprostranjenosti

Na samom početku istraživanja pokušalo se utvrditi da li su ispitanici upoznati s pojmom društveno odgovorno poslovanje. Analiza rezultata je pokazala kako je od ukupnog broja njih 13 (37,14%) upoznato s pojmom društveno odgovorno poslovanje, a 7 ispitanika (20,00%) nije. Od ukupnog broja ispitanika, 15 (42,86%) je izjavilo kako nisu sigurni da li su upoznati s pojmom društveno odgovornog poslovanja.

Upoznatost ispitanika s značenjem pojma društveno odgovorno poslovanje	Broj ispitanika	Postotak (%)
Da	13	37,14
Ne	7	20,00
Nisam siguran/sigurna	15	42,86
UKUPNO:	35	100,00

Tablica 6-3 Upoznatost ispitanika s značenjem pojma DOP

Najčešće asocijacije koje se stvaraju kod ispitanika prilikom spomena ovog pojma su uključivanje u razvoj zajednice kroz različite projekte (54,29%), zaštita okoliša (25,71%), poštovanje ljudskih prava (11,43%) te edukacija članova udruge (8,57%).

Asocijacija pri spomenu pojma društveno odgovorno poslovanje	Broj ispitanika	Postotak (%)
Uključivanje u razvoj zajednice kroz različite projekte	19	54,29
Zaštita okoliša	9	25,71
Poštovanje ljudskih prava	4	11,43
Edukacija članova udruge	3	8,57
UKUPNO:	35	100,00

Tablica 6-4 Prikaz rezultata istraživanja o asocijacijama ispitanika pri spomenu pojma DOP

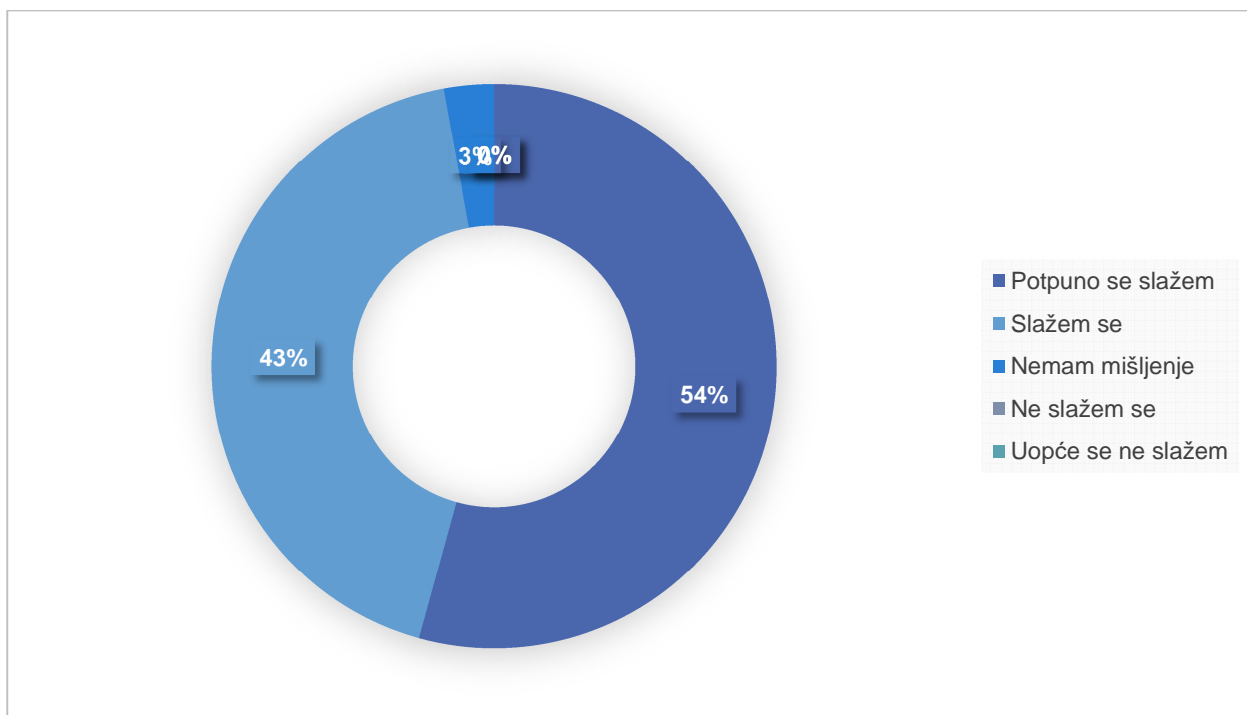
Analizom rezultata je utvrđeno kako 18 ispitanika (51,43%) u svom radu primjenjuje načela društveno odgovornog poslovanja, 7 ispitanika (20,00%) ne primjenjuje, dok 10 ispitanika (28,57%) nije moglo sa sigurnošću tvrditi da li njihova udruga u svom radu primjenjuje načela društveno odgovornog poslovanja.

Od ukupnog broja ispitanika, 19 udruga potiče vođenje, odnosno sudjelovanje u projektima koji su od interesa po zajednicu u kojoj djeluju, a njih 12 potiče razvoj programa vezanih uz promociju međimurske baštine. Istraživanjem je utvrđeno kako nitko do ispitanika ne potiče razvoj programa obuke članova zajednice kroz radionice i seminare.

Prikaz aktivnosti udruga u području društveno odgovornog poslovanja	Broj ispitanika	Postotak (%)
Razvoj, širenje i primjenu načela koji pridonose zaštiti okoliša	3	8,56
Programi obuke članova udruga kroz radionice i seminare	1	2,86
Programi obuke članova zajednice kroz radionice i seminare	0	00,00
Vođenje/sudjelovanje u projektima koji su od interesa po zajednicu u kojoj djeluju	19	54,29
Programi vezani uz promociju međimurske baštine	12	34,29
UKUPNO:	35	100,00

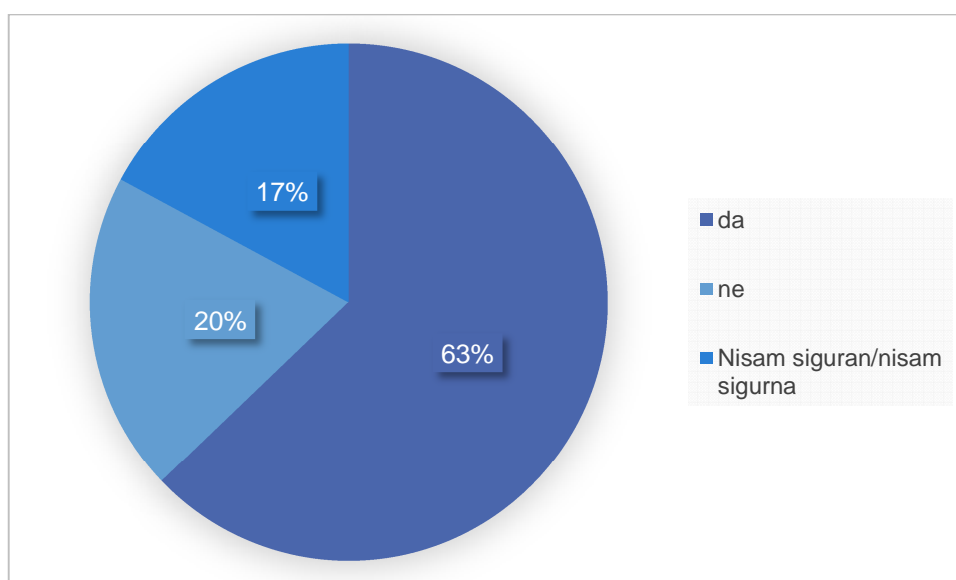
Tablica 6-5 Prikaz odgovora na pitanje vezano uz aktivnosti ispitanika u području DOP-a

Ispitanici su u istraživanju trebali ocijeniti svoje slaganje s tvrdnjom „Međimurska županija koristi inovativan pristup u kreiranju turističke ponude za turiste. Analizom rezultata dobivenih u istraživanju utvrđeno je kako se s ovom tvrdnjom složilo 17 ispitanika (48,57%).



Grafikon 6-2 Prikaz ocjene tvrdnje „Međimurska županija koristi inovativan pristup u kreiranju turističke ponude za turiste“

Od ukupnog broja ispitanika, njih 22 (62,86%) je upoznato s radom postojećeg ekomuzeja Mura, dok njih 7 nije (20,00%). Šestero ispitanika nije bilo sigurno da li su upoznati s radom postojećeg ekomuzeja Mura (17,14%).



Grafikon 6-3 Prikaz upoznatosti ispitanika s radom postojećeg ekomuzeja Mura

Ispitanici su u istraživanju trebali ocijeniti svoje slaganje s tvrdnjom „Razvoj turističkih proizvoda – ekomuzeja može pridonijeti daljnjem razvoju kontinentalnog turizma Međimurske županije“. Analizom rezultata dobivenih u istraživanju utvrđeno je kako je 19 ispitanika (54,28%) vrednovalo ovu tvrdnju ocjenom odličan, a 15 ispitanika (42,86%) ocjenom vrlo dobar. Od ukupnog broja ispitanika samo jedan (2,86%) je ocijenio ovu tvrdnju ocjenom dobar.

„Razvoj turističkih proizvoda – ekomuzeja može pridonijeti daljnjem razvoju kontinentalnog turizma Međimurske županije“	Broj ispitanika	Postotak (%)
Potpuno se slažem	19	54,28
Slažem se	15	42,86
Nemam mišljenje	1	2,86
Ne slažem se	0	00,00
Uopće se ne slažem	0	00,00
UKUPNO:	35	100,00

Tablica 6-6 Prikaz ocjene tvrdnje „Razvoj turističkih proizvoda – ekomuzeja može pridonijeti daljnjem razvoju kontinentalnog turizma Međimurske županije“

Ispitanici su u istraživanju trebali ocijeniti svoje slaganje s tvrdnjom „Razvoj turističkih proizvoda – ekomuzeja može pridonijeti daljnjem razvoju imidža Međimurske županije“. Analizom rezultata dobivenih u istraživanju utvrđeno je kako je 19 ispitanika (54,28%) vrednovalo ovu tvrdnju ocjenom odličan, a 15 ispitanika (42,86%) ocjenom vrlo dobar. Od ukupnog broja ispitanika samo jedan (2,86%) je ocijenio ovu tvrdnju ocjenom dobar.

„Razvoj turističkih proizvoda – ekomuzeja može pridonijeti daljnjem razvoju imidža Međimurske županije“	Broj ispitanika	Postotak (%)
Potpuno se slažem	19	54,28
Slažem se	15	42,86
Nemam mišljenje	1	2,86
Ne slažem se	0	00,00
Uopće se ne slažem	0	00,00
UKUPNO:	35	100,00

Tablica 6-7 Prikaz ocjene tvrdnje „Razvoj turističkih proizvoda – ekomuzeja može pridonijeti daljnjem razvoju imidža Međimurske županije“

Analizom rezultata je utvrđeno kako od ukupnog broja ispitanika, njih 25 (71,43%) posjeduje neki oblik baštine na području Međimurske županije. Nadalje, analizom je utvrđeno kako dvoje ispitanika posjeduje materijalnu pokretnu kulturnu baštinu, a 11 ispitanika (44,00%) nematerijalnu kulturnu baštinu, odnosno baštinu koja se prenosi

predajom ili na neki drugi način unutar zajednice. Riječ je o folklornom stvaralaštvu u području glazbe, plesa i običaja (40,00%) te tradicijskim umijećima i obrtima (4%).

Od ukupnog broja ispitanika, njih 12 (48,00%) posjeduje ili upravlja etnografskom baštinom. Riječ je o opisima izvora narodne nošnje (28%), lončarskim predmetima (12,00%) te slikama i fotografijama (8,00%). Nitko od ispitanika u ovoj grupi ne posjeduje prirodnu ili industrijsku baštinu.

Baština koju ispitanici posjeduju ili kojom upravljaju	Broj ispitanika	Postotak (%)
Prirodna baština	0	00,00
Materijalna baština	2	8,00
Nematerijalna baština	11	44,00
Etnografska baština	12	48,00
Industrijska baština	0	00,00
UKUPNO:	25	100,00

Tablica 6-8 Prikaz vrsta baština koju ispitanici posjeduju ili kojom upravljaju

Ispitanici su izrazili svoju spremnost na uključivanje u razvoj novog ekomuzeja Međimurje (85,71%) te smatraju kako je najvažniji faktor za uključivanje u projekt financijska održivost istog (65,71%), mogućnost otvaranja novih radnih mjesta (20,00%) i edukacije osoba obuhvaćenih projektom (11,43%) te benefiti koji proizlaze iz same promocije projekta (2,86%).

Faktori koji utječu na odluku o uključivanju u razvoj ekomuzeja Međimurje	Broj ispitanika	Postotak (%)
Stupanj doprinosa razvoju zajednice	0	00,00
Mogućnost povezivanja s ostalim partnerima na projektu	0	00,00
Financijska održivost projekta	23	65,71
Mogućnost ostvarivanja prava na poticaj za sudjelovanje u projektu Ekomuzej Međimurje	0	00,00
Mogućnost otvaranja novih radnih mjesta	7	20,00
Mogućnost obrazovanja osoba obuhvaćenih projektom Ekomuzej Međimurje	4	11,43
Korisnost koja proizlazi iz promocije projekta Ekomuzej Međimurje	1	2,86
Nešto drugo	0	00,00
UKUPNO:	35	100,00

Tablica 6-9 Prikaz elemenata koji utječu na odluku o uključivanju u projekt Ekomuzej Međimurje

Na pitanje „Na koji bi način Vaša udruga mogla sudjelovati u razvoju Ekomuzeja Međimurje“ ispitanici su odgovorili izvođenjem narodnih običaja (60,00%),

organizacijom etno-manifestacija (25,71%), interpretacijom baštine (11,43%) i prezentacijom starih obrta (2,86%).

Najprihvatljiviji organizacijski oblik Ekomuzeja Međimurje po ispitanike bio bi udruga (48,57%), a potom i mreža partnera, a ispitanici su također izrazili spremnost i na sudjelovanje u radionicama vezanim uz razvoj Ekomuzeja Međimurje.

Potencijalan organizacijski oblik Ekomuzeja Međimurje	Broj ispitanika	Postotak (%)
Udruga	17	48,57
Mreža partnera	13	37,14
Institucija	2	5,72
Nešto drugo - tvrtka	3	8,57
UKUPNO:	35	100,00

Tablica 6-10 Prikaz strukture odgovora na pitanje o organizacijskom obliku Ekomuzeja Međimurje

Spremnost ispitanika na sudjelovanje u edukativnim radionicama vezanim uz razvoj Ekomuzeja Međimurje	Broj ispitanika	Postotak (%)
Da	33	94,28
Ne	1	2,86
Nisam siguran/Nisam sigurna	1	2,86
UKUPNO:	35	100,00

Tablica 6-11 Prikaz strukture odgovora na pitanje o spremnosti na sudjelovanje u edukativnim radionicama vezanim uz razvoj Ekomuzeja Međimurje

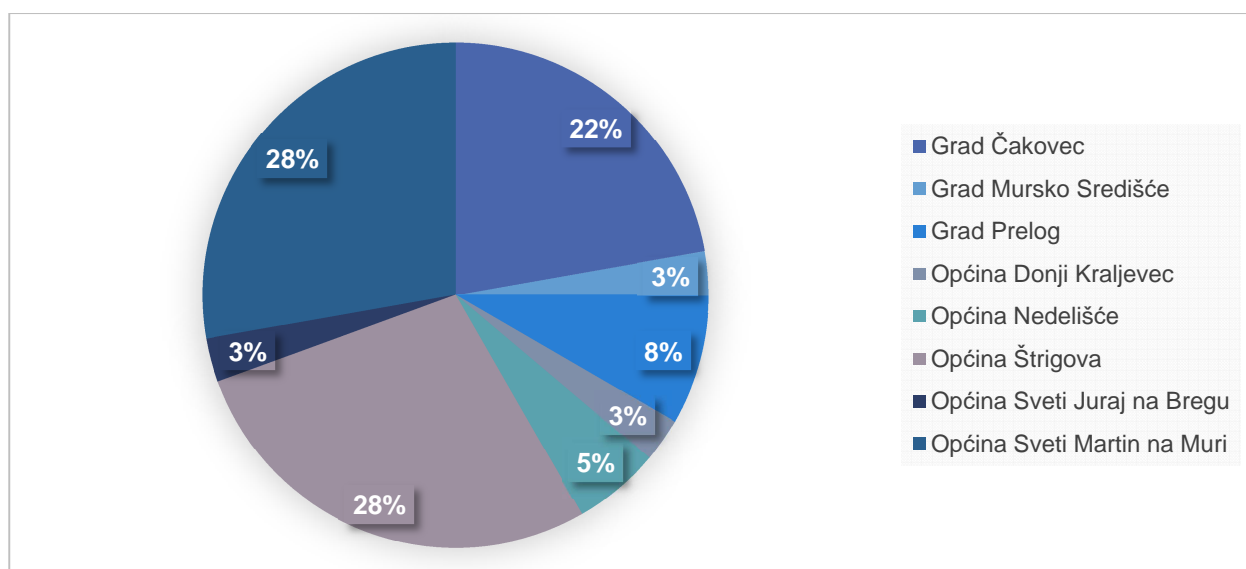
6.2. Istraživanje stavova predstavnika javnog sektora u Međimurskoj županiji

Provedenim istraživanjem je bilo obuhvaćeno 35 predstavnika javnog sektora koji djeluju na području Međimurske županije, a koji bi svojom baštinom te infrastrukturom mogli pridonijeti razvoju Ekomuzeja Međimurje.

Institucije javnog sektora obuhvaćeni istraživanjem	Broj ispitanika	Postotak (%)
Predstavnici grada u Međimurskoj županiji	1	2,86
Predstavnici općina u Međimurskoj županiji	16	45,71
Predstavnici turističkih zajednica koje djeluju na području Međimurske županije	3	8,57
Predstavnici razvojnih agencija	1	2,86
Predstavnici javne ustanove parkova prirode	0	00,00
Predstavnici javnih ustanova za upravljanje zaštićenim vrijednostima županija	0	00,00
Predstavnici obrazovnih institucija	12	34,29
Predstavnici muzeja	0	00,00
Ostali	2	5,71
UKUPNO	35	100,00

Tablica 6-12 Prikaz ispitanika obuhvaćenih istraživanjem radi dobivanja uvida u stavove predstavnika javnog sektora

U istraživanju su sudjelovali predstavnici općina i gradova u Međimurskoj županiji (45,71%), predstavnici obrazovnih institucija (34,29%), predstavnici turističkih zajednica koje djeluju na području Međimurske županije (8,57%). Uz spomenute, u istraživanju su sudjelovali i centri za kulturu koji djeluju na području Međimurske županije (5,71%).



Grafikon 6-4 Prikaz ispitanika po geografskoj rasprostranjenosti u Međimurskoj županiji

Analizirajući ispitanike u domeni sektora poslovanja utvrđeno je kako je u istraživanju sudjelovalo 17 jedinica lokalne samouprave (48,57%), 12 predstavnika javnih ustanova (34,29%), razvojna agencija (2,86%), dva predstavnika centra za kulturu (5,71%) te tri predstavnika turističke zajednice (8,57%).

Nadalje, od ukupnog broja ispitanika, njih 19 (54,29%) ima od 1 do 5 zaposlenika, a 11 (31,43%) zapošljava od 11-49 zaposlenika.

Veličina institucije prema broju zaposlenih	Broj ispitanika	Postotak (%)
1-5 zaposlenika	19	54,29
6-10 zaposlenika	2	5,71
11-49 zaposlenika	11	31,43
>50 zaposlenika	3	8,57
UKUPNO:	35	100,00

Tablica 6-13 Prikaz veličine ispitanika prema broju zaposlenih

Na samom početku istraživanja pokušalo se utvrditi da li su ispitanici upoznati s pojmom društveno odgovorno poslovanje. Analiza rezultata je pokazala kako je od ukupnog broja ispitanika, njih 27 (77,14%) upoznato s pojmom društveno odgovorno poslovanje, dok 8 ispitanika (22,86%) nisu sigurni da li su upoznati s pojmom društveno odgovornog poslovanja.

Najčešće asocijacije koje se stvaraju kod ove grupe ispitanika kod spomena pojma društveno odgovorno poslovanje su uključivanje u razvoj zajednice kroz različite projekte (60,00%), zaštita okoliša (25,71%), poštovanje ljudskih prava (8,57%) te edukacija zaposlenika (5,71%).

Asocijacija pri spomenu pojma društveno odgovorno poslovanje	Broj ispitanika	Postotak (%)
Uključivanje u razvoj zajednice kroz različite projekte	21	60,00
Zaštita okoliša	9	25,72
Poštovanje ljudskih prava	3	8,57
Edukacija zaposlenika	2	5,71
UKUPNO:	35	100,00

Tablica 6-14 Prikaz rezultata istraživanja o asocijacijama ispitanika pri spomenu pojma DOP

Analizom rezultata je utvrđeno kako 31 ispitanika (88,57%) u svom radu primjenjuje načela društveno odgovornog poslovanja, dok 4 ispitanika (11,43%) nije moglo sa

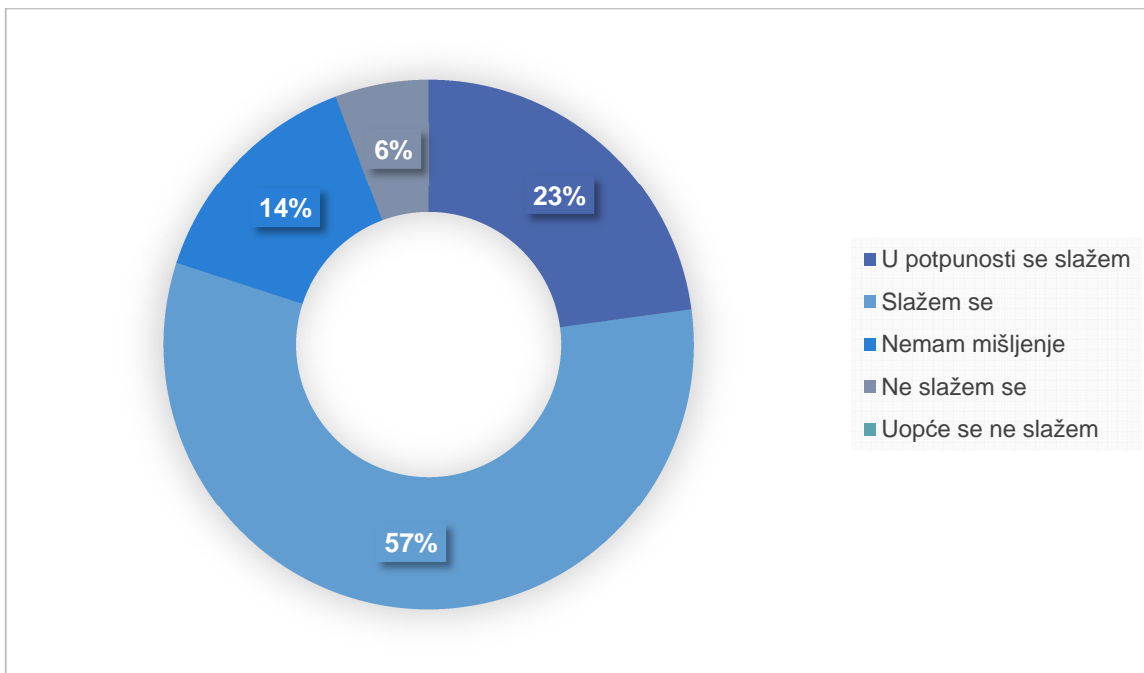
sigurnošću tvrditi da li njihova institucija u svom radu primjenjuje načela društveno odgovornog poslovanja.

Od ukupnog broja ispitanika, njih 25 (71,43%) ima iskustva u vođenju odnosno sudjelovanju u projektima koji su od interesa po zajednicu u kojoj djeluju, četvero ispitanika ima iskustva u promicanju veće odgovornosti prema okolišu kroz vlastiti primjer djelovanja. Osim spomenutog, ispitanici su naveli i kako u poslovanju primjenjuju sve od spomenutog (2.86%).

Prikaz aktivnosti institucija u području društveno odgovornog poslovanja	Broj ispitanika	Postotak (%)
Razvoj, širenje i primjenu tehnologija u poslovanju prihvatljivih po okoliš	2	5,71
Promicanje veće odgovornosti prema okolišu kroz vlastiti primjer djelovanja	4	11,43
Programi obuke zaposlenika kroz edukativne radionice i seminare	2	5,71
Programi obuke članova zajednice kroz edukativne radionice i seminare	1	2,86
Vođenje/sudjelovanje u projektima koji su od interesa po zajednicu u kojoj djeluju	25	71,43
Ostalo	1	2,86
UKUPNO:	35	100,00

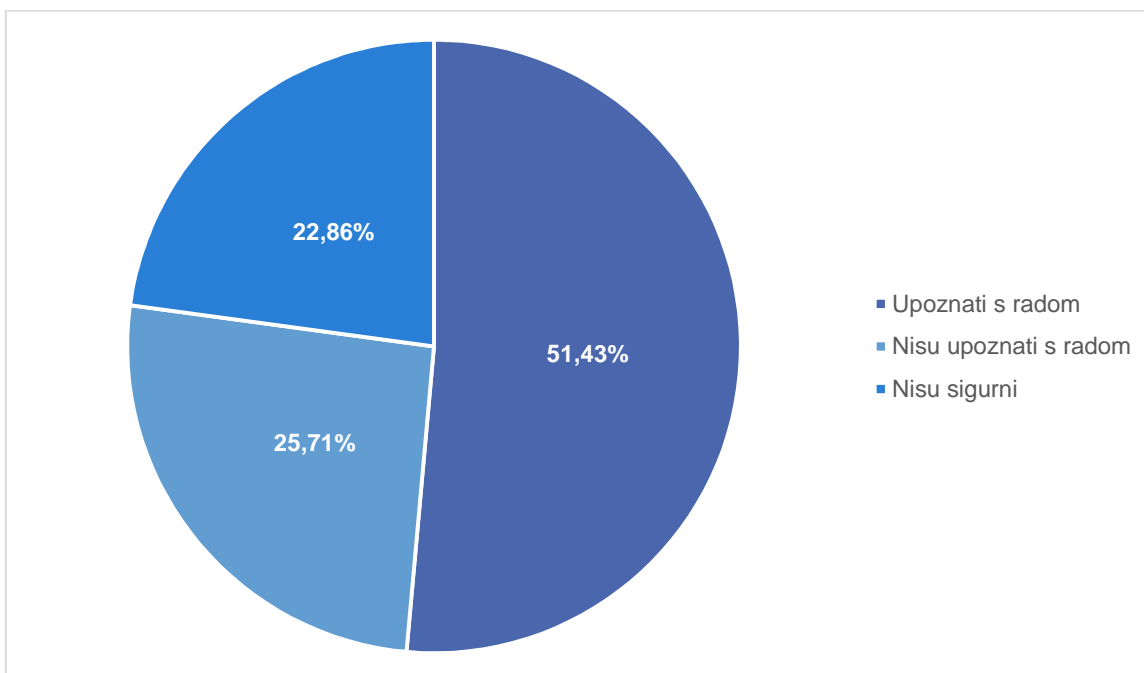
Tablica 6-15 Prikaz odgovora na pitanje vezano uz aktivnosti ispitanika u području DOP-a

Ispitanici su u istraživanju trebali ocijeniti svoje slaganje s tvrdnjom „Međimurska županija koristi inovativan pristup u kreiranju turističke ponude za turiste“. Analizom rezultata dobivenih u istraživanju utvrđeno je kako se s ovom tvrdnjom u potpunosti složilo 8 ispitanika (22,86%) dodjeljujući joj ocjenu odličan. Od ukupnog broja ispitanika njih 20 (57,14%) ovu je tvrdnju vrednovalo ocjenom vrlo dobar, 5 ispitanika (14,29%) ocjenom dobar, a dvoje ispitanika (5,71%) ocjenom dovoljan.



Grafikon 6-5 Prikaz ocjene tvrdnje „Međimurska županija koristi inovativan pristup u kreiranju turističke ponude za turiste“

Od ukupnog broja ispitanika, njih 18 (51,43%) je upoznato s radom postojećeg ekomuzeja Mura, dok njih 9 nije (25,71%). Osmero ispitanika nije bilo sigurno da li su upoznati s radom postojećeg ekomuzeja Mura (22,86%).



Grafikon 6-6 Prikaz upoznatosti ispitanika s radom postojećeg ekomuzeja Mura

Ispitanici su u istraživanju trebali ocijeniti svoje slaganje s tvrdnjom „Razvoj turističkih proizvoda – ekomuzeja može pridonijeti daljnjem razvoju kontinentalnog turizma Međimurske županije“. Analizom rezultata dobivenih u istraživanju utvrđeno je kako je 13 ispitanika (37,14%) vrednovalo ovu tvrdnju ocjenom odličan, a 20 ispitanika (57,14%) ocjenom vrlo dobar. Od ukupnog broja ispitanika njih dvoje (5,72%) je ocijenio ovu tvrdnju ocjenom dobar.

„Razvoj turističkih proizvoda – ekomuzeja može pridonijeti daljnjem razvoju kontinentalnog turizma Međimurske županije“	Broj ispitanika	Postotak (%)
Potpuno se slažem	13	37,14
Slažem se	20	57,14
Nemam mišljenje	2	5,72
Ne slažem se	0	00,00
Uopće se ne slažem	0	00,00
UKUPNO:	35	100,00

Tablica 6-16 Prikaz ocjene tvrdnje „Razvoj turističkih proizvoda-ekomuzeja može pridonijeti daljnjem razvoju kontinentalnog turizma Međimurske županije“

Ispitanici su u istraživanju trebali ocijeniti svoje slaganje s tvrdnjom „Razvoj turističkih proizvoda – ekomuzeja može pridonijeti daljnjem razvoju imidža Međimurske županije“. Analizom rezultata dobivenih istraživanjem utvrđeno je kako je 15 ispitanika (42,86%) vrednovalo ovu tvrdnju ocjenom odličan, a 18 ispitanika (51,43%) ocjenom vrlo dobar. Od ukupnog broja ispitanika njih dvoje (5,72%) je ocijenilo ovu tvrdnju ocjenom dobar.

„Razvoj turističkih proizvoda – ekomuzeja može pridonijeti daljnjem razvoju imidža Međimurske županije“.	Broj ispitanika	Postotak (%)
Potpuno se slažem	15	42,86
Slažem se	18	51,43
Nemam mišljenje	2	5,71
Ne slažem se	0	00,00
Uopće se ne slažem	0	00,00
UKUPNO:	35	100,00

Tablica 6-17 Prikaz ocjene tvrdnje „Razvoj turističkih proizvoda-ekomuzeja može pridonijeti daljnjem razvoju imidža Međimurske županije“

Analizom rezultata je utvrđeno kako od svi ispitanici posjeduju neki oblik baštine na području Međimurske županije. Od ukupnog broja ispitanika, njih 7 (20,00%) posjeduje ili upravlja prirodnom baštinom, 5 ispitanika (14,29%) materijalnom kulturnom baštinom,

18 ispitanika (51,43%) nematerijalnom kulturnom baštinom te troje ispitanika (8,57%) etnografskom baštinom. Četvero ispitanika (11,43%) je kao odgovor navelo nešto drugo

Nadalje, daljnjom analizom je utvrđeno kako 1 ispitanik (20,00%) posjeduje materijalnu pokretnu kulturnu baštinu, a četiri ispitanika (80,00%) nepokretnu kulturnu baštinu.

Od ukupnog broja ispitanika, njih 19 posjeduje ili upravlja nematerijalnom baštinom, odnosno baštinom koja se prenosi predajom ili na neki drugi način unutar zajednice. Riječ je o folklornom stvaralaštvu u području glazbe, plesa i običaja (42,11%), tradicijskim umijećima i obrtima (26,32%), jeziku i dijalektima (21,05%), te ostalo (10,53%).

Od ukupnog broja ispitanika, njih 3 (8,57%) posjeduje ili upravlja etnografskom baštinom. Riječ je o njegovanju starih običaja (2,86%), predmetima iz prošlosti koji su prikupljeni kroz projekt „Kak se negda delalo“ (2,86%) te svetomarskoj čipki (2,86%).

Nitko od ispitanika u ovoj grupi ne posjeduje industrijsku baštinu.

Vrsta baštine koju ispitanici posjeduju ili kojom upravljaju	Broj ispitanika	Postotak (%)
Prirodna baština	7	20,00
Materijalna baština	5	14,29
Nematerijalna baština	18	51,43
Etnografska baština	3	8,57
Industrijska baština	0	00,00
Nešto drugo	2	5,71
UKUPNO:	35	100,00

Tablica 6-18 Prikaz vrsta baština koju posjeduju ili kojom upravljaju ispitanici

Ispitanici su izrazili svoju spremnost na uključivanje u razvoj novog ekomuzeja Međimurje (68,57%), te smatraju kako je najvažniji faktor za uključivanje u projekt stupanj doprinosa razvoju zajednice (62,86%), benefiti koji proizlaze iz same promocije projekta (14,29%) te mogućnost otvaranja novih radnih mjesta (5,71%).

Faktori koji utječu na odluku o uključivanje u razvoj ekomuzeja Međimurje	Broj ispitanika	Postotak (%)
Stupanj doprinosa razvoju zajednice	22	62,86
Mogućnost povezivanja s ostalim partnerima na projektu	1	2,86
Financijska održivost projekta	1	2,86
Mogućnost ostvarivanja prava na poticaj za sudjelovanje u projektu Ekomuzej Međimurje	0	00,00
Mogućnost otvaranja novih radnih mjesta	2	5,71
Mogućnost obrazovanja osoba obuhvaćenih projektom Ekomuzej Međimurje	4	11,43
Korisnost koja proizlazi iz promocije projekta Ekomuzej Međimurje	5	14,29
Nešto drugo	0	00,00
UKUPNO:	35	100,00

Tablica 6-19 Prikaz elemenata koji utječu na odluku o uključivanju u projekt Ekomuzej Međimurje

Na pitanje „Na koji bi način Vaša institucija mogla sudjelovati u razvoju Ekomuzeja Međimurje“ ispitanici su izrazili spremnost na uključivanje u projekt kroz prezentaciju baštine (7), edukacijom (6), kroz organizacijsku i tehničku pomoć u osmišljavanju i provedbi projekta (10). Osim spomenutog, ispitanici su kao odgovor naveli organizaciju evenata (3), stavljanje infrastrukture na raspolaganje (4), promociju (3), organizaciju prodaje eko proizvoda (1). Od ukupnog broja ispitanika jedan je naveo kako nije siguran na koji bi način mogao sudjelovati u projektu.

Način na koji bi ispitanici mogli doprinijeti radu ekomuzeja Međimurje	Broj ispitanika	Postotak (%)
Prezentacijom baštine	7	20,00
Edukacijom	6	17,14
Organizacija i tehnička pomoć u osmišljavanju i provedbi projekta	10	28,57
Organizacija evenata	3	8,57
Infrastruktura	4	11,43
Promocija	3	8,57
Organizacija prodaje eko-proizvoda	1	2,86
Ostalo	1	2,86
UKUPNO:	35	100,00

Tablica 6-20 Prikaz mogućnosti ispitanika da doprinesu radu ekomuzeja Međimurje

Najprihvatljiviji organizacijski oblik Ekomuzeja Međimurje po ispitanike bila bi institucija (40,00%), mreža partnera (42,85%) i udruge (17,14%).

Potencijalan organizacijski oblik Ekomuzeja Međimurje	Broj ispitanika	Postotak (%)
Udruga	6	17,15
Mreža partnera	15	42,85
Institucija	14	40,00
Nešto drugo	2	5,71
UKUPNO:	35	100,00

Tablica 6-21 Prikaz strukture odgovora na pitanje o organizacijskom obliku Ekomuzeja Međimurje

Spremnost ispitanika na sudjelovanje u edukativnim radionicama vezanim uz razvoj Ekomuzeja Međimurje	Broj ispitanika	Postotak (%)
Da	29	82,86
Ne	00	00,00
Nisam siguran/Nisam sigurna	6	17,14
UKUPNO:	35	100,00

Tablica 6-22 Prikaz strukture odgovora na pitanje o spremnosti na sudjelovanje u edukativnim radionicama vezanim uz razvoj Ekomuzeja Međimurje

6.3. Istraživanje stavova predstavnika poslovnih subjekata koji djeluju na području Međimurske županije

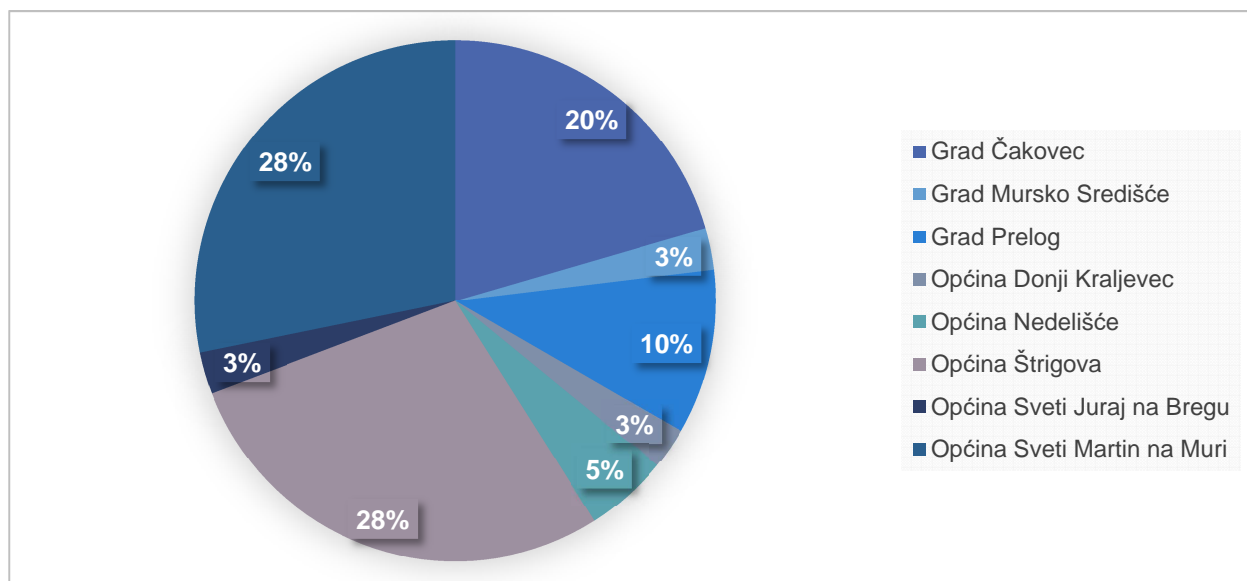
Provedenim istraživanjem je obuhvaćeno 39 poslovnih subjekata koji imaju registriranu djelatnost u domeni turizma, a koji djeluju na području Međimurske županije.

Oblik poslovnih subjekata	Broj ispitanika	Postotak (%)
Jednostavno društvo ograničene odgovornosti	2	5,13
Društvo s ograničenom odgovornošću	8	20,51
Dioničko društvo	2	5,13
Subjekt u obrtu i slobodnim zanimanjima	8	20,51
Obiteljsko poljoprivredna gospodarstva	9	23,08
Objekti u domaćinstvu	10	25,64
UKUPNO	39	100,00

Tablica 6-23 Prikaz oblika poslovnih subjekata obuhvaćenih istraživanjem

Istraživanjem su bili obuhvaćeni jednostavna društva ograničene odgovornosti (5,13%), društva s ograničenom odgovornošću (20,51%) te dionička društva (5,13%). Uz spomenute, u istraživanju su sudjelovali subjekti u obrtu i slobodnim zanimanjima

(20,51%), obiteljsko-poljoprivredna gospodarstva (23,08%) i objekti u domaćinstvu (25,64%).



Grafikon 6-7 Prikaz ispitanika po geografskoj rasprostranjenosti u Međimurskoj županiji

Od ukupnog broja ispitanika, njih 38 (97,45%) zapošljava 1-49 zaposlenika, dok je jedan ispitanik (2,56%) naveo kako ima više od 200 zaposlenih osoba.

Broj ljudi zaposlenih kod ispitanika	Broj ispitanika	Postotak (%)
1-5 zaposlenika	00	00
6-10 zaposlenika	00	00,00
11-49 zaposlenika	38	97,44
>50 zaposlenika	1	2,56
UKUPNO:	39	100,00

Tablica 6-24 Prikaz veličine ispitanika prema broju zaposlenih

Kao primarnu djelatnost ispitanici su naveli tvrtku ili obrt s pretežito uslugom smještaja (51,28%), tvrtka ili obrt s pretežito uslugom usluživanja hrane i pića (25,65%), tvrtka ili obrt s uslugom smještaja i usluživanja hrane i pića (7,69%), turističko obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo sa smještajem (7,69%) i turističko obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo sa smještajem i usluživanjem hrane i pića (7,69%).

Primarna djelatnost ispitanika obuhvaćenih istraživanjem	Broj ispitanika	Postotak (%)
--	-----------------	--------------

Tvrtka ili obrt s pretežitom uslugom smještaja	20	51,28
Tvrtka ili obrt s pretežitom uslugom usluživanja hrane i pića	10	25,65
Tvrtka ili obrt s uslugom smještaja i usluživanja hrane i pića	3	7,69
Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo za proizvodnju vina ili drugih pića	0	00,00
Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo za proizvodnju hrane	0	00,00
Turističko obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo za usluživanje hrane i pića	0	00,00
Turističko obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo sa smještajem	3	7,69
Turističko obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo sa smještajem i usluživanjem hrane i pića	3	7,69
UKUPNO:	39	100,00

Tablica 6-25 Prikaz primarnih djelatnosti ispitanika

Na samom početku istraživanja pokušalo se utvrditi da li su ispitanici upoznati s pojmom društveno odgovorno poslovanje. Analiza rezultata je pokazala kako je od ukupnog broja ispitanika, njih 35 (89,74%) upoznato s pojmom društveno odgovorno poslovanje, dok 4 ispitanika (10,26%) nisu bili sigurni da li su upoznati s pojmom društveno odgovornog poslovanja.

Najčešće asocijacije koje se stvaraju kod ove grupe ispitanika kod spomena pojma društveno odgovorno poslovanje su zaštita okoliša (58,97%), uključivanje u razvoj zajednice kroz različite projekte (25,64%), poštovanje ljudskih prava (12,82%) te edukacija zaposlenika (2,57%).

Asocijacija pri spomenu pojma društveno odgovorno poslovanje	Broj ispitanika	Postotak (%)
Uključivanje u razvoj zajednice kroz različite projekte	10	58,97
Zaštita okoliša	23	25,64
Poštovanje ljudskih prava	5	12,82
Edukacija zaposlenika	1	2,57
UKUPNO:	39	100,00

Tablica 6-26 Prikaz rezultata istraživanja o asocijacijama ispitanika pri spomenu pojma društveno odgovorno poslovanje

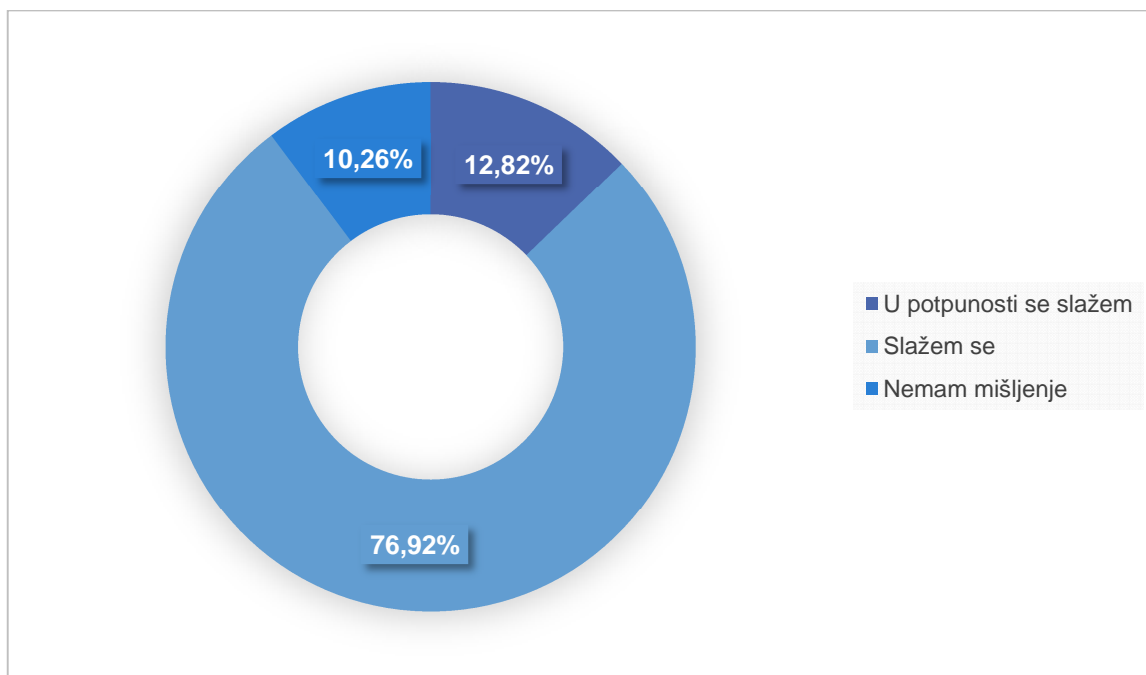
Analizom rezultata je utvrđeno kako 30 ispitanika (76,92%) u svom radu primjenjuje načela društveno odgovornog poslovanja, dok 9 ispitanika (23,08%) nije moglo sa sigurnošću tvrditi da li njihov poslovni subjekt u svom radu primjenjuje načela društveno odgovornog poslovanja.

Od ukupnog broja ispitanika, njih 11 (28,11%) je izjavilo kako njihov poslovni subjekt potiče razvoj, širenje i primjenu tehnologija u poslovanju prihvatljivih za okoliš, 10 ispitanika (25,64%) programe obuke za zaposlenike kroz edukativne radionice i seminare, a 10 ispitanika (25,64%) vođenje, odnosno sudjelovanje u projektima koji su od interesa po zajednicu u kojoj djeluju. Od ukupnog broja zaposlenika, njih 8 (20,51%) je izjavilo kako promiču veću odgovornost prema okolišu kroz vlastiti primjer djelovanja.

Prikaz aktivnosti institucija u području društveno odgovornog poslovanja	Broj ispitanika	Postotak (%)
Razvoj, širenje i primjenu tehnologija u poslovanju prihvatljivih po okoliš	11	28,21
Promicanje veće odgovornosti prema okolišu kroz vlastiti primjer djelovanja	8	20,51
Programi obuke zaposlenika kroz edukativne radionice i seminare	10	25,64
Vođenje/sudjelovanje u projektima koji su od interesa po zajednicu u kojoj djeluju	10	25,64
Ostalo	0	00,00
UKUPNO:	39	100,00

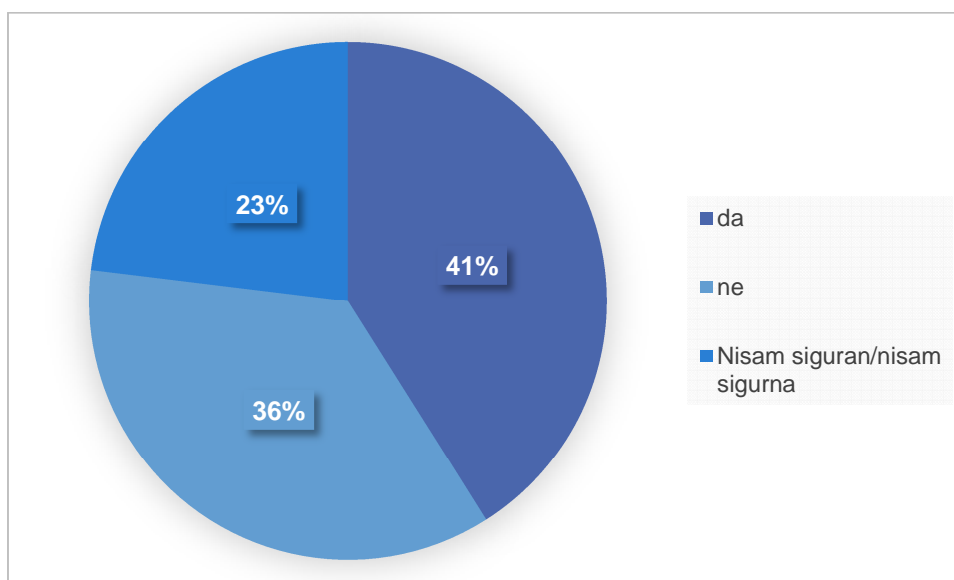
Tablica 6-27 Prikaz odgovora na pitanje vezano uz poticanje društveno odgovornog poslovanja

Ispitanici su u istraživanju trebali ocijeniti svoje slaganje s tvrdnjom „Međimurska županija koristi inovativan pristup u kreiranju turističke ponude za turiste“. Analizom rezultata dobivenih u istraživanju utvrđeno je kako se s ovom tvrdnjom u potpunosti složilo 5 ispitanika (12,82%) dodjeljujući joj ocjenu odličan. Od ukupnog broja ispitanika njih 30 (76,92%) ovu je tvrdnju vrednovalo ocjenom vrlo dobar, 4 ispitanika (10,26%) ocjenom dobar. Nitko od ispitanika ovu tvrdnju nije vrednovao ocjenama dovoljan i nedovoljan.



Grafikon 6-8 Prikaz ocjene tvrdnje „Međimurska županija koristi inovativan pristup u kreiranju turističke ponude za turiste.“

Od ukupnog broja ispitanika, njih 16 (41,03%) je upoznato s radom postojećeg ekomuzeja Mura, dok njih 14 nije (35,90%). Devet ispitanika nije bilo sigurno da li su upoznati s radom postojećeg ekomuzeja Mura (23,07%).



Grafikon 6-9 Prikaz upoznatosti ispitanika s radom postojećeg ekomuzeja Mura

Ispitanici su u istraživanju trebali ocjeniti svoje slaganje s tvrdnjom „Razvoj turističkih proizvoda – ekomuzeja može pridonijeti daljnjem razvoju kontinentalnog turizma

Međimurske županije“. Analizom rezultata dobivenih u istraživanju utvrđeno je kako je 15 ispitanika (38,46%) vrednovalo ovu tvrdnju ocjenom odličan, a 19 ispitanika (48,72%) ocjenom vrlo dobar. Od ukupnog broja ispitanika njih 5 (12,82%) je ocijenio ovu tvrdnju ocjenom dobar.

„Razvoj turističkih proizvoda – ekomuzeja može pridonijeti daljnjem razvoju kontinentalnog turizma Međimurske županije“	Broj ispitanika	Postotak (%)
Potpuno se slažem	15	38,46
Slažem se	19	48,72
Nemam mišljenje	5	12,82
Ne slažem se	0	00,00
Uopće se ne slažem	0	00,00
UKUPNO:	39	100,00

Tablica 6-28 Prikaz ocjene tvrdnje „Razvoj turističkih proizvoda – ekomuzeja može pridonijeti daljnjem razvoju kontinentalnog turizma Međimurske županije“.

Ispitanici su u istraživanju trebali ocijeniti svoje slaganje s tvrdnjom „Razvoj turističkih proizvoda – ekomuzeja može pridonijeti daljnjem razvoju imidža Međimurske županije“. Analizom rezultata dobivenih u istraživanju utvrđeno je kako je 15 ispitanika (38,46%) vrednovalo ovu tvrdnju ocjenom odličan, a 24 ispitanika (61,54%) ocjenom vrlo dobar.

„Razvoj turističkih proizvoda – ekomuzeja može pridonijeti daljnjem razvoju imidža Međimurske županije“.	Broj ispitanika	Postotak (%)
Potpuno se slažem	15	38,46
Slažem se	24	61,54
Nemam mišljenje	0	00,00
Ne slažem se	0	00,00
Uopće se ne slažem	0	00,00
UKUPNO:	39	100,00

Tablica 6-29 Prikaz ocjene tvrdnje „Razvoj turističkih proizvoda – ekomuzeja može pridonijeti daljnjem razvoju imidža Međimurske županije“.

Analizom rezultata je utvrđeno kako od ukupnog broja ispitanika, njih 35 (89,74%). Od ukupnog broja ispitanika, njih 15 (42,86%) posjeduje ili upravlja prirodnom baštinom, 1 ispitanik (2,86%) materijalnom kulturnom baštinom, a 19 ispitanika (54,28%) nečim drugim, a što ulazi u baštinu.

Vrsta baštine koju ispitanici posjeduju ili kojom upravljaju	Broj ispitanika	Postotak (%)
Prirodna baština	15	42,86
Materijalna baština	1	2,86
Nematerijalna baština	0	00,00
Etnografska baština	0	00,00
Industrijska baština	0	00,00
Nešto drugo	19	54,28
UKUPNO:	25	100,00

Tablica 6-30 Prikaz vrsta baština koju posjeduju ili kojom upravljaju ispitanici

Nadalje, jedan ispitanik (2,86%) posjeduje nepokretnu kulturnu baštinu, odnosno staru kuću koja datira s početka 20.stoljeća, a 19 ispitanika (54,28%) posjeduje razne predmete iz kućanstva kao što su grnčarija, slike i fotografije koji opisuju život predaka na području Međimurske županije.

Oblici prirodne baštine koju posjeduju ili kojom upravljaju ispitanici	Broj ispitanika	Postotak (%)
Voćnjak starih sorti voća	5	33,33
Stari vinograd	7	46,67
Tradicijski vrt	3	20,00
UKUPNO:	15	100,00

Tablica 6-31 Prikaz prirodne baštine koju posjeduju ispitanici

Ispitanici su izrazili spremnost na uključivanje u razvoj novog ekomuzeja Međimurje (87,18%), te smatraju kako je najvažniji faktor za uključivanje u projekt mogućnost otvaranja novih radnih mjesta (25,64%), mogućnost povezivanja s ostalim partnerima na projektu ekomuzeja (25,64%) te stupanj doprinosa razvoju zajednice (12,82%).

Faktori koji utječu na odluku o uključivanju u razvoj ekomuzeja Međimurje	Broj ispitanika	Postotak (%)
Stupanj doprinosa razvoju zajednice	5	12,82
Mogućnost povezivanja s ostalim partnerima na projektu	10	25,64
Financijska održivost projekta	5	12,82
Mogućnost ostvarivanja prava na poticaj za sudjelovanje u projektu Ekomuzej Međimurje	0	00,00
Mogućnost otvaranja novih radnih mjesta	10	25,64
Mogućnost obrazovanja osoba obuhvaćenih projektom Ekomuzej Međimurje	5	12,82
Korisnost koja proizlazi iz promocije projekta Ekomuzej Međimurje	4	10,26
Nešto drugo	0	00,00
UKUPNO:	39	100,00

Tablica 6-32 Prikaz elemenata koji utječu na odluku o uključivanju u projekt Ekomuzej Međimurje

Na pitanje „Na koji bi način Vaš poslovni subjekt mogao sudjelovati u razvoju Ekomuzeja Međimurje“ ispitanici su odgovorili pružanjem smještajnih (76,92%) te ugostiteljskih usluga (23,08%).

Najprihvatljiviji organizacijski oblik Ekomuzeja Međimurje po ispitanike bila bi mreža partnera (74,36%), institucija (12,82%) te poslovni subjekt (12,82%).

Potencijalan organizacijski oblik Ekomuzeja Međimurje	Broj ispitanika	Postotak (%)
Udruga	0	00,00
Mreža partnera	29	74,36
Institucija	5	12,82
Nešto drugo - tvrtka	5	12,82
UKUPNO:	39	100,00

Tablica 6-33 Prikaz strukture odgovora na pitanje o organizacijskom obliku Ekomuzeja Međimurje

Spremnost ispitanika na sudjelovanje u edukativnim radionicama vezanim uz razvoj Ekomuzeja Međimurje	Broj ispitanika	Postotak (%)
Da	33	84,62
Ne	00	00,00
Nisam siguran/Nisam sigurna	6	15,38
UKUPNO:	39	100,00

Tablica 6-34 Prikaz strukture odgovora na pitanje o spremnosti na sudjelovanje u edukativnim radionicama vezanim uz razvoj Ekomuzeja Međimurje

7. DISKUSIJA REZULTATA

Namjera istraživanja provedenog bila je utvrditi postoji li povezanost između stavova ispitanika s područja Međimurske županije i njihove spremnosti da se uključe u razvoj projekta Ekomuzej Međimurje.

Istraživanje provedeno između predstavnika udruga koje djeluju na području Međimurske županije pokazalo je kako je ova grupa ispitanika izrazila spremnost na uključivanje u razvoj novog ekomuzeja Međimurje (85,71%).

Na pitanje „Na koji bi način Vaša udruga mogla sudjelovati u razvoju Ekomuzeja Međimurje“ ispitanici su odgovorili izvođenjem narodnih običaja (60,00%), organizacijom etno-manifestacija (25,71%) te interpretacijom baštine (11,43%) i prezentacijom starih obrta (2,86). Kao najprihvatljiviji organizacijski oblik Ekomuzeja Međimurje ispitanici su naveli udrugu (48,57%), a potom i mreža partnera, a ispitanici su također izrazili spremnost i na sudjelovanje u radionicama vezanim uz razvoj Ekomuzeja Međimurje.

Hipoteza postavljena na samom početku istraživanja (H1 - Predstavnici javnog sektora imaju pozitivan stav o razvoju ekomuzeja Međimurje kao koncepta turističkog proizvoda) je potvrđena.

Druga grupa ispitanika – predstavnici javne uprave s područja Međimurske županije – također je izrazila spremnost na uključivanje u razvoj novog ekomuzeja Međimurje (68,57%), te smatraju kako je najvažniji faktor za uključivanje u projekt stupanj doprinosa razvoju zajednice (62,86%), benefiti koji proizlaze iz same promocije projekta (14,29%) te mogućnost otvaranja novih radnih mjesta (5,71%).

Na pitanje „Na koji bi način Vaša institucija mogla sudjelovati u razvoju Ekomuzeja Međimurje“ ispitanici su izrazili spremnost na uključivanje u projekt kroz prezentaciju baštine (7), edukacijom (6), kroz organizacijsku i tehničku pomoć u osmišljavanju i provedbi projekta (10). Osim spomenutog, ispitanici su kao odgovor naveli organizaciju evenata (3), stavljanje infrastrukture na raspolaganje (4), promociju (3), organizaciju prodaje eko proizvoda (1). Od ukupnog broja ispitanika jedan je naveo kako odgovor nisam siguran/sigurna.

Najprihvatljiviji organizacijski oblik Ekomuzeja Međimurje po ispitanike bila bi institucija (40,00%), mreža partnera (42,85%) i udruga (17,14%). Od ukupnog broja ispitanika njih dvoje je navelo nešto drugo (5,71%).

Hipoteza postavljena na samom početku istraživanja (H2 - Predstavnicima udruga imaju pozitivan stav o razvoju ekomuzeja Međimurje kao koncepta turističkog proizvoda) vezana uz ovu grupu ispitanika je potvrđena.

Treća grupa ispitanika – poslovni subjekti koji svoju primarnu djelatnost obavljaju u domeni turističkih djelatnosti također su izrazili spremnost na uključivanje u razvoj novog ekomuzeja Međimurje (87,18%), te smatraju kako je najvažniji faktor za uključivanje u projekt mogućnost otvaranja novih radnih mjesta (25,64%), mogućnost povezivanja s ostalim partnerima na projektu ekomuzeja (25,64%) te stupanj doprinosa razvoju zajednice (12,82%).

Na pitanje „Na koji bi način Vaš poslovni subjekt mogao sudjelovati u razvoju Ekomuzeja Međimurje“ ispitanici su odgovorili pružanjem smještajnih (76,92%) te ugostiteljskih usluga (23,08%). Kao najprihvatljiviji organizacijski oblik Ekomuzeja Međimurje ispitanici su naveli mrežu partnera (74,36%), institucija (12,82%) te poslovni subjekt (12,82%).

Hipoteza postavljena na samom početku istraživanja (H3 - Predstavnicima poslovnih subjekata imaju pozitivan stav o razvoju ekomuzeja Međimurje kao koncepta turističkog proizvoda) time je potvrđena.

Za dokazivanje četvrte hipoteze (H4 -Ispitanici koji u svom poslovanju primjenjuju načela društvenog poslovanja imaju pozitivniji stav o uključivanju u projekt razvoja ekomuzeja Međimurje), potrebno je bilo uzeti u obzir varijable vezano uz primjenu načela društveno odgovornog poslovanja te varijablu spremnosti na sudjelovanje u razvoju projekta ekomuzej Međimurje.

Analizom rezultata je utvrđeno kako od ukupnog broja ispitanika (109) njih 93,6% u svojem poslovanju primjenjuje načela društveno odgovornog poslovanja. Od ukupnog broja ispitanika, njih 80,73% izrazilo je spremnost na uključivanje u razvoj Ekomuzeja Međimurje.

Analizirajući rezultate svake grupe ispitanika utvrđeno je kako je od ukupnog broja predstavnika udruga koji su bili obuhvaćeni ovim istraživanjem, njih 28 (80,00%) u svom radu primjenjuje načela DOP-a, a sedam ispitanika (20,00%) je navelo kako u svom radu ne primjenjuju načela DOP-a. Ono što je zanimljivo jest činjenica kako je upravo tih 7 ispitanika navelo aktivnosti koje upućuju na primjenu načela DOP-a, a što u

konačnosti što može upućivati i na nedovoljnu upoznatost sa značenjem pojma društveno odgovorno poslovanje.

Predstavnici javne uprave koji su sudjelovali u istraživanju u svom poslovanju primjenjuju načela društveno odgovornog poslovanja (100,00%), a svega 24 (68,57%) ih je spremno sudjelovati u razvoju ekomuzeja. Preostali broj ispitanika u ovoj grupi, njih 11 (31,43%) odgovorilo je kako nisu sigurni da li žele sudjelovati u razvoju ekomuzeja Međimurje.

Poslovni subjekti obuhvaćeni ovim istraživanjem u svom radu primjenjuju načela društveno odgovornog poslovanja (100,00%), te su izrazili spremnost na sudjelovanje u razvoju Ekomuzeja Međimurje (87,18%) kroz usluge u domeni turizma i ugostiteljstva, odnosno prezentiranjem prirodne, materijalne, nematerijalne i etnografske baštine.

Uspoređujući upoznatost ispitanika s pojmom društveno odgovorno testom ANOVA i post hoc testovima Turkey HSD i Scheffe utvrđeno je kako postoji statistički značajnija razlika između udruga i javne uprave ($p < 0.0010053$) te udruge i poslovnih subjekata ($p < 0.0010053$) u upoznatosti s pojmom društveno odgovorno poslovanje. Također, pomoću istih testova utvrđeno je i kako postoji statistički značajnija razlika u primjeni načela DOP-a u poslovanju između udruga i javnih uprava ($p < 0.0150564$), dok ne postoji između udruga i poslovnih subjekata ($p > 0.2252086$) i javne uprave i poslovnih subjekata ($p > 0.4290735$). Sve ovo upućuje na potrebu informiranja udruga o tome što društvena odgovornost jest i kako se može primijeniti u poslovanju.

8. ZAKLJUČAK

Turizam je u posljednjih nekoliko desetljeća doživio brojne promjene zahvaljujući promjenama u životnim navikama ljudi, ali i razvoju društvenih platformi. Tiskane kataloge s destinacijama za odmor tijekom ljetnih ili zimskih mjeseci zamijenile su web platforme orijentirane na razmjenu iskustava, a standardne turističke sedmodnevne aranžmane putovanja po mjeri svake osobe. Aktivni odmor u planinama, vikend wellness paketi, mini ture samo su dio ponude koje se može pronaći na tržištu, a koje putniku omogućavaju upoznavanje različitih kultura i načina života karakteristično za određeno podneblje.

Turizam u Međimurskoj županiji orijentiran je na stvaranje turističkog okruženja i koncepata za putnike koji pružaju mogućnost autentičnog doživljaja, uživanje u autohtonim jelima, ljepoti etnografske baštine, ali i prirodnim bogatstvima. Također, regija se želi pozicionirati kao destinacija visoke kvalitativne reputacije. Jedan od takvih budućih koncepata koji je opisan kroz Masterplan razvoja za Međimursku županiju jest i Ekomuzej Međimurje.

Kroz istraživanje provedeno za potrebe izrade ovog diplomskog rada pokušalo se dobiti uvid u stavove ispitanika koji su kao javnost ključni za razvoj spomenutog koncepta. Istraživanjem su bili obuhvaćeni ispitanici koji posluju u domeni turističkih djelatnosti, odnosno oni koji imaju doticaja s ovom granom gospodarstva. Istraživanjem je bilo obuhvaćeno 109 ispitanika, odnosno predstavnika udruga, javne uprave i poslovnih subjekata. Istraživanjem je utvrđeno kako većina ispitanika primjenjuje načela društveno odgovornog poslovanja, a što je vidljivo kroz doprinos u zaštiti okoliša, poštivanju ljudskih prava, edukaciji zaposlenika, ali i razvoju projekata za dobrobit zajednice. Osim spomenutog, većina ispitanika izrazilo je spremnost na sudjelovanje u razvoju Ekomuzeja Međimurje, što upućuje na svjesnost potrebe za ulaganjem u turizam uz minimalna devastiranja prirodnih bogatstava. Uzimajući u obzir da partneri u projektu imaju kontrolu nad vlastitim prihodima, otvara se i mogućnost lakše kontrole prihoda i troškova, a samim time i prilika za otvaranje novih radnih mjesta te stvaranja pozitivnijeg poduzetničkog okruženja.

Istraživanje je otvorilo i neka nova pitanja vezana uz upoznatost ispitanika, ali i javnosti općenito, s pojmom društveno odgovornog poslovanja. Stoga se na temelju provedenog istraživanja i analiziranih podataka mogu dati sljedeće preporuke:

- Održati interaktivnu radionicu o društveno odgovornom poslovanju na primjeru razvoja Ekomuzeja Međimurje, a sve kako bi se ciljnoj javnosti približio sam pojam
- Provesti fokus intervju s protekom vremena, a sve kako bi se dobio uvid u stavove ispitanika nakon završetka interaktivne radionice.

Ovim radom utvrđeno je da postoje svi nužni preduvjeti za implementiranje koncepta Ekomuzeja Međimurje koji će kroz objedinjavanje prirodne, materijalne i nematerijalne, etnografske te industrijsku baštine, kao i uključivanjem postojećeg ljudskog potencijala lokalne zajednice, biti društveno odgovoran turistički proizvod te Međimursku županiju pozicionirati kao destinaciju visoke reputacije.

U Varaždinu, 12. svibnja 2017.





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, Rudi Grula pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica diplomskog rada pod naslovom Ekomuzej Medimurje kao društveno odgovoran turistički proizvod te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
Rudi Grula

(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, Rudi Grula neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom diplomskog rada pod naslovom Ekomuzej Medimurje kao društveno odgovoran turistički proizvod čiji sam autor/ica.

Student/ica:
Rudi Grula

(vlastoručni potpis)

9. Popis literature

- [1] Pavić-Rogošić, L., Društveno odgovorno poslovanje, Odras, stranica: 1 URL: <http://www.odraz.hr/media/21845/dop.pdf>, dokumentu pristupano dana 5.prosinca 2016.godine
- [2] IBID: stranica: 2
- [3] Tafra Vlahović M. (2009.): Konceptualni okvir društveno odgovornog poslovanja, stranica: 164., URL: <http://hrcak.srce.hr/file/61695>, dokumentu pristupano dana 5.prosinca 2016.godine
- [4] IBID: stranica: 166
- [5] IBID, stranica: 181.-182.
- [6] Carmeli, A., Tishler, A. (2005.): Perceived Organizational Reputation and Organizational Performance: An Empirical Investigation of Industrial Enterprises, Corporate Reputation Review, Vol. 8, No. 1, stranice: 13-30.
- [7] Đurin, M: Izgradnja reputacije i društveno odgovorno poslovanje“, stranica:23
- [8] Tafra-Vlahović, M.): Održivo poslovanje, stranica:151
- [9] IBID, stranica: 144
- [10] IBID, stranica: 203
- [11] Fombrun , CJ .and van Riel , C . B . M .(1997) ‘ The reputational landscape ’ , Corporate Reputation Review, 1 (1/2) , 5 – 13 ., str.10
- [12] IBID, stranica: 10
- [13] Petričević, T., 2012: Društveno odgovorno poslovanje i društveno poduzetnički pothvati u turizmu, stranica: 16. , URL: http://www.britishcouncil.hr/sites/default/files/prirucnik_dop_i_dpp_u_turizmu, pristupano dokumentu dana 5.prosinca 2016.godine
- [14] IBID, stranica: 17
- [15] IBID, stranica: 18
- [16] Guidelines CSR-Reporting in Tourism: 8 steps To Sustainability Reporting, https://earthresponsible.files.wordpress.com/2013/03/csr-leitfaden_eng_gerkate.pdf, dokumentu pristupano dana 5.prosinca 2016.godine, stranica: 5
- [17] Klarić V., Laszlo Ž., Nevada R. (2011.): Muzeji i turizam, Turistički posjeti muzeju: Upravljanje posjetiteljima, Globtour Event, Zagreb, stranica:5
- [18] Maroević I.(1993.): Uvod u Muzeologiju, Zavod za informacijske studije, Zagreb
- [19] Klarić V., Laszlo Ž., Nevada R. (2011.): Muzeji i turizam, Turistički posjeti muzeju: Upravljanje posjetiteljima, Globtour Event, Zagreb, stranica: 6
- [20] IBID, stranica: 8
- [21] R. Franjić(2009.): Kulturni turizam, ZŠM, Zagreb

- [22] Tomljenović R.(2003.): Strategija razvoja kulturnog turizma Vlade RH i Ministarstva turizma, Od turizma i kulture do kulturnog turizma, Institut za turizam, Zagreb
- [23] Klarić V., Laszlo Ž., Nevada R. (2011.): Muzeji i turizam, Turistički posjeti muzeju: Upravljanje posjetiteljima, Globtour Event, Zagreb, stranica: 7
- [24] Kušen E.(2002.): Osnovna funkcionalna klasifikacija turističkih atrakcija, Institut za turizam , Zagreb
- [25] Klarić V., Laszlo Ž., Nevada R. (2011.): Muzeji i turizam, Turistički posjeti muzeju: Upravljanje posjetiteljima, Globtour Event, Zagreb, stranice: 7-8
- [26] Davis P.(2011.): Ecomuseums; A Sense of Place, 2nd Edition, Continuum International Publishing Group, London, stranica: 47
- [27] Babić D.(2009.): Iskustva i (skriveni) vrijednosti ekomuzeja, Etnološka istraživanja, Zagreb, stranica: 227
- [28] Rivière, G. H.(1985.): 'The ecomuseum: an evolutive definition', Mu-seum, 37(4): 182-3.
- [29] Davis P.(2011.): Ecomuseums; A Sense of Place, 2nd Edition, Continuum International Publishing Group, London
- [30] Maggi, Falletti (2000.): Ecomuseums in Europe, Working paper, stranica: 137.
- [31] Ecomusee D'Alzace, <http://www.ecomusee.alsace/en/exploring-the-ecomusee/presentation>, pristupano stranici dana 5.prosinca 2016.godine
- [32] Ecomuseo del Cansentino, www.ecomuseodelcansentino.it, stranici pristupano dana 5.prosinca 2016.godine
- [33] Okomuseum Grenseland, grenseland.org, stranici pristupano dana 5.prosinca 2016.godine
- [34] Kilmartinhouse Museum, www.kilmartin.org, dokumentu pristupano dana 5.prosinca 2016.godine
- [35] Ekomuzej ruže, www.ruze.ekomuzeum.cz, dokumentu pristupano dana 5.prosinca 2016.godine
- [36] Ekomuzej hmeljarstva in pivarstva, www.ekomuzej-hmelj.si, dokumentu pristupano dana 5.prosinca 2016.godine
- [37] Ekomuzej Kuća o Batani, <http://batana.org/hr/ekomuzej-batana/info-tocka-o-ekomuzeju/>, dokumentu pristupano dana 5.prosinca 2016.godine
- [38] Prostorni plan Međimurske županije (Službeni glasnik Međimurske županije 7/01; 8/01), dokumentu pristupano dana 5.prosinca 2016.godine
- [39] Međimurska županija: Masterplan razvoja turizma Međimurske županije do 2020., 2015. Institut za turizam, Zagreb
- [40] IBID: stranica 9.
- [41] IBID: stranica 10.

- [42] IBID: stranica 11.
- [43] <http://www.dzs.hr/>, pristupano podacima dana 5.prosinca 2016.godine
- [44] Međimurska županija: Masterplan razvoja turizma Međimurske županije do 2020., 2015. Institut za turizam, Zagreb, stranica: 31
- [45] IBID: stranica 34.
- [46] IBID: stranica 24.
- [47] IBID: stranice: 25.-30.
- [48] IBID: stranica 35.

10. Popis slika

Slika 3-1 Prikaz alzaško seoskog naselja, fotografije preuzete sa www.ecomusee-alsace.fr	15
Slika 3-2. Prikaz ponude Ecomuseo del Cansentino, fotografije preuzete sa www.ecomuseodelcansentino.it	16
Slika 3-3 Prikaz detalja iz ekomuzeja Grenseland, fotografije preuzete sa www.okomuseum-grenseland.org	17
Slika 3-4 Prikaz logotipa i detalja ekomuzeja Kilmartinhouse i menhiri, preuzeto sa www.kilmartin.org	17
Slika 3-5 Prikaz mape ekomuzeja, preuzeto sa http://www.ruze.ekomuzeum.cz	18
Slika 3-6 Logotip ekomuzeja Hmeljarstva i fotografija berbe hemlja, preuzeto sa www.ekomuzej-hmelj.si	19
Slika 3-7 Prikaz logotipa i detalja iz ekomuzeja Kuća o batani, preuzeto sa www.batana.org	19
Slika 3-8 Prikaz Ekomuzeja Mura, fotografija preuzeta sa http://www.ekomuzejmura.com/?l=h	20
Slika 4-1 Zemljopisna karta Međimurske županije, preuzeto sa http://medjimurskazupanija.hr/dokumenti/UO%20za%20gospodarske%20djelatnosti/Masterplan_razvoj_turizma_Medjimurske_zupanije_2020.pdf	21
Slika 4-2 Prikaz društveno odgovornog poslovanja na primjeru koncepta turističkog proizvoda Ekomuzej Međimurje, Izvor: vlastiti rad.....	26

11. Popis tablica

Tablica 3-1 Komparacija tradicionalnog muzeja i ekomuzeja, prema Patric Boylan	13
Tablica 6-1 Prikaz broja ispitanika obuhvaćenih istraživanjem po grupama	30
Tablica 6-2 Prikaz oblika udruga obuhvaćenih istraživanjem	30
Tablica 6-3 Upoznatost ispitanika s značenjem pojma DOP	31
Tablica 6-4 Prikaz rezultata istraživanja o asocijacijama ispitanika pri spomenu pojma DOP	31
Tablica 6-5 Prikaz odgovora na pitanje vezano uz aktivnosti ispitanika u području DOP-a	32
Tablica 6-6 Prikaz ocjene tvrdnje „Razvoj turističkih proizvoda – ekomuzeja može pridonijeti daljnjem razvoju kontinentalnog turizma Međimurske županije“	34
Tablica 6-7 Prikaz ocjene tvrdnje „Razvoj turističkih proizvoda – ekomuzeja može pridonijeti daljnjem razvoju imidža Međimurske županije“	34
Tablica 6-8 Prikaz vrsta baština koju ispitanici posjeduju ili kojom upravljaju	35
Tablica 6-9 Prikaz elemenata koji utječu na odluku o uključivanju u projekt Ekomuzej Međimurje.....	35
Tablica 6-10 Prikaz strukture odgovora na pitanje o organizacijskom obliku Ekomuzeja Međimurje.....	36
Tablica 6-11 Prikaz strukture odgovora na pitanje o spremnosti na sudjelovanje u edukativnim radionicama vezanim uz razvoj Ekomuzeja Međimurje	36
Tablica 6-12 Prikaz ispitanika obuhvaćenih istraživanjem radi dobivanja uvida u stavove predstavnika javnog sektora.....	37
Tablica 6-13 Prikaz veličine ispitanika prema broju zaposlenih	38
Tablica 6-14 Prikaz rezultata istraživanja o asocijacijama ispitanika pri spomenu pojma DOP	38
Tablica 6-15 Prikaz odgovora na pitanje vezano uz aktivnosti ispitanika u području DOP-a	39
Tablica 6-16 Prikaz ocjene tvrdnje „Razvoj turističkih proizvoda-ekomuzeja može pridonijeti daljnjem razvoju kontinentalnog turizma Međimurske županije“	41
Tablica 6-17 Prikaz ocjene tvrdnje „Razvoj turističkih proizvoda-ekomuzeja može pridonijeti daljnjem razvoju imidža Međimurske županije“	41
Tablica 6-18 Prikaz vrsta baština koju posjeduju ili kojom upravljaju ispitanici	42
Tablica 6-19 Prikaz elemenata koji utječu na odluku o uključivanju u projekt Ekomuzej Međimurje.....	43

Tablica 6-20 Prikaz mogućnosti ispitanika da doprinesu radu ekomuzeja Međimurje ...	43
Tablica 6-21 Prikaz strukture odgovora na pitanje o organizacijskom obliku Ekomuzeja Međimurje.....	44
Tablica 6-22 Prikaz strukture odgovora na pitanje o spremnosti na sudjelovanje u edukativnim radionicama vezanim uz razvoj Ekomuzeja Međimurje	44
Tablica 6-23 Prikaz oblika poslovnih subjekata obuhvaćenih istraživanjem	44
Tablica 6-24 Prikaz veličine ispitanika prema broju zaposlenih	45
Tablica 6-25 Prikaz primarnih djelatnosti ispitanika	46
Tablica 6-26 Prikaz rezultata istraživanja o asocijacijama ispitanika pri spomenu pojma društveno odgovorno poslovanje.....	46
Tablica 6-27 Prikaz odgovora na pitanje vezano uz poticanje društveno odgovornog poslovanja	47
Tablica 6-28 Prikaz ocjene tvrdnje „Razvoj turističkih proizvoda – ekomuzeja može pridonijeti daljnjem razvoju kontinentalnog turizma Međimurske županije“.	49
Tablica 6-29 Prikaz ocjene tvrdnje „Razvoj turističkih proizvoda – ekomuzeja može pridonijeti daljnjem razvoju imidža Međimurske županije“.	49
Tablica 6-30 Prikaz vrsta baština koju posjeduju ili kojom upravljaju ispitanici	50
Tablica 6-31 Prikaz prirodne baštine koju posjeduju ispitanici.....	50
Tablica 6-32 Prikaz elemenata koji utječu na odluku o uključivanju u projekt Ekomuzej Međimurje.....	50
Tablica 6-33 Prikaz strukture odgovora na pitanje o organizacijskom obliku Ekomuzeja Međimurje.....	51
Tablica 6-34 Prikaz strukture odgovora na pitanje o spremnosti na sudjelovanje u edukativnim radionicama vezanim uz razvoj Ekomuzeja Međimurje	51
Tablica 13-1 Prikaz pitanja koja će se koristiti za potrebe istraživanja stavova među predstavnicima javnog sektora u Međimurskoj županiji.....	68
Tablica 13-2 Prikaz pitanja koja će se koristiti za potrebe istraživanja stavova među predstavnicima nevladinih udruga	71
Tablica 13-3 Prikaz pitanja koja će se koristiti za potrebe istraživanja stavova - javni sektor.....	74

12. Popis grafikona

Grafikon 4-1 Prikaz komercijalnih smještajnih kapaciteta u Međimurskoj županiji tijekom 2014. i 2015.godine, prema DZS.....	22
Grafikon 6-1 Prikaz ispitanika obuhvaćenih istraživanjem prema geografskoj rasprostranjenosti.....	31
Grafikon 6-2 Prikaz ocjene tvrdnje „Međimurska županija koristi inovativan pristup u kreiranju turističke ponude za turiste“	33
Grafikon 6-3 Prikaz upoznatosti ispitanika s radom postojećeg ekomuzeja Mura	33
Grafikon 6-4 Prikaz ispitanika po geografskoj rasprostranjenosti u Međimurskoj županiji	37
Grafikon 6-5 Prikaz ocjene tvrdnje „Međimurska županija koristi inovativan pristup u kreiranju turističke ponude za turiste“	40
Grafikon 6-6 Prikaz upoznatosti ispitanika s radom postojećeg ekomuzeja Mura	40
Grafikon 6-7 Prikaz ispitanika po geografskoj rasprostranjenosti u Međimurskoj županiji	45
Grafikon 6-8 Prikaz ocjene tvrdnje „Međimurska županija koristi inovativan pristup u kreiranju turističke ponude za turiste.“	48
Grafikon 6-9 Prikaz upoznatosti ispitanika s radom postojećeg ekomuzeja Mura	48

13. Prilozi

13.1. Upitnici korišteni u istraživanju

01. Vi ste:

- A Predstavnik grada u Međimurskoj županiji
- B Predstavnik općine u Međimurskoj županiji
- C Predstavnik Turističke zajednice koja na djeluje na području Međimurske županije
- D Predstavnik razvojne agencije
- E Predstavnik javne ustanove parkova prirode
- F Predstavnik javne ustanove za upravljanje zaštićenim prirodnim vrijednostima županija
- G Predstavnik obrazovne institucije (osnovna, srednja škola)
- H Predstavnik muzeja
- I Ostalo-navedite što

02. U kojem gradu, odnosno općini se nalazi sjedište Vaše institucije:

Padajući izbornik s mjestima i gradovima u Međimurskoj županiji

03. Koliko ljudi je zaposleno u Vašoj instituciji?

- A 1-5
- B 6-10
- C 11-49
- D >50

04. Koja je djelatnost Vaše institucije?

Padajući izbornik sa ponuđenim djelatnostima koje su definirane službenom nacionalnom klasifikacijom djelatnosti

05. Da li ste upoznati s pojmom društveno odgovorno poslovanje?

- A DA
- B NE
- C NISAM SIGURAN/NISAM SIGURNA

06. Koja je Vaša prva asocijacija pri spomenu pojma društveno odgovorno ponašanje:

- A Zaštita okoliša
- B Poštovanje ljudskih prava
- C Edukacija zaposlenika
- D Uključivanje u razvoj zajednice kroz različite projekte
- E Nešto drugo – navedite što

07. Da li Vaša institucija posluje po načelima društveno odgovornog poslovanja?

- A DA
- B NE
- B NISAM SIGURAN/NISAM SIGURNA

08. Da li vaša institucija potiče:

- A Razvoj, širenje i primjenu tehnologija u poslovanju prihvatljivih za okoliš
- B Promicanje veće odgovornosti prema okolišu kroz vlastiti primjer djelovanja (npr. Nabava ekološki prihvatljivijih vozila)
- C Programe obuke članova udruge kroz radionice i seminare

- D Programe obuke članova zajednice kroz radionice i seminare
Vođenje/sudjelovanje u projektima koji su od interesa po zajednicu u kojoj djeluju (npr. njegovanje tradicije i sl.)
- E

F Nešto drugo- navedite što:

09. Kako biste ocijenili tvrdnju: Međimurska županija koristi inovativan pristup u kreiranju turističke ponude za turiste.

- A Potpuno se slažem
- B Slažem se
- C Nemam mišljenje
- D Ne slažem se
- E Uopće se ne slažem

10. Da li ste upoznati s turističkim proizvodom Ekomuzej Mura?

- A DA
- B NE
- C NISAM SIGURAN/NISAM SIGURNA

11. Kako biste ocijenili sljedeću tvrdnju: Razvoj turističkih proizvoda – ekomuzeja može pridonijeti daljnjem razvoju kontinentalnog turizma Međimurske županije.

- A Potpuno se slažem
- B Slažem se
- C Nemam mišljenje
- D Ne slažem se
- E Uopće se ne slažem

12. Kako biste ocijenili sljedeću tvrdnju: Razvoj turističkih proizvoda – ekomuzeja može pridonijeti daljnjem razvoju imidža Međimurske županije.

- A Potpuno se slažem
- B Slažem se
- C Nemam mišljenje
- D Ne slažem se
- E Uopće se ne slažem

13. Da li Vaša institucija posjeduje ili upravlja nekim od navedenih baština:

- A Prirodna baština
- B Materijalna kulturna baština
Nematerijalna kulturna baština – razni oblici i pojave što se prenose predajom ili na neki drugi način
- C
- D Etnografska baština
- E Industrijska baština
- F Nešto drugo- navedite što:

14. (ako je odgovor prirodna baština) Naveli ste kako vaša institucija posjeduje ili upravlja prirodnom baštinom na području Međimurske županije. Da li nam možete navesti o kojoj je prirodnoj baštini riječ?

Opis

15. (ako je odgovor materijalna kulturna baština). Naveli ste kako vaša institucija posjeduje ili upravlja materijalnom baštinom na području Međimurske županije. Vaša institucija posjeduje ili upravlja

- A Pokretnom kulturnom baštinom
- B Nepokretnom kulturnom baštinom

16. Molimo vas da navedete o kakvoj je materijalnoj baštini riječ:

Opis

17. (ako je odgovor nematerijalna baština) Naveli ste kako vaša institucija posjeduje ili upravlja nematerijalnom baštinom na području Međimurske županije. O kakvoj je baštini riječ

- A Jezik, dijalekti
- B Usmena književnost svih vrsta
- C Folklorno stvaralaštvo u području glazbe, plesa, običaja
- D Tradicijska umijeća i obrti
- E Nešto drugo -navedite što

18. (ako je odgovor etnografska baština). Naveli ste kako vaša institucija posjeduje ili upravlja etnografskom baštinom na području Međimurske županije. O kakvoj je etnografskoj baštini riječ:

Opis

19. (ako je odgovor industrijska baština). Naveli ste kako vaša institucija posjeduje ili upravlja industrijskom baštinom na području Međimurske županije. O kakvoj je industrijskoj baštini riječ:

Opis

20. Da li bi vaša institucija bila spremna uključiti se kao partner u razvoj novog ekomuzeja koji bi pridonio razvoju kontinentalnog turizma području Međimurske županije?

- A DA
- B NE
- C NE ZNAM

21. Po Vašem mišljenju, koji bi presudni faktor bio da se uključite u razvoj novog eko muzeja na području Međimurske županije?

- A Stupanj doprinosa razvoju zajednice
- B Mogućnost povezivanja s ostalim partnerima na projektu ekomuzeja
- C Financijska održivost projekta
- D Mogućnost ostvarivanja prava na poticaj za sudjelovanje u projektu ekomuzej Međimurje
- E Mogućnost otvaranja novih radnih mjesta
- F Mogućnost obrazovanja osoba obuhvaćenih projektom ekomuzej Međimurje
- G Korisnost koja proizlazi iz promocije projekta ekomuzej Međimurje
- H Nešto drugo – navedite što:

22. Na koji način bi vaša institucija mogala sudjelovati u razvoju ekomuzeja Međimurje:

Opis

23. Koji bi organizacijski oblik Ekomuzeja Međimurje bio prihvatljiv po vas, a kako biste se uključili u sam projekt?

- A Udruga
- B Mreža partnera
- C Institucija
- D Nešto drugo – navedite što:

24. (Ako je odgovor na pitanje broj 20 bio "NE") Da li nam možete reći da li bi postojala mogućnost da se Vaša udruga naknadno uključi u projekt Ekomuzej Međimurje kada isti počne raditi?

- A Da, postojala bi mogućnost
- B Ne, ne bi postojala mogućnost
- C Nisam siguran/sigurna

25. Da li biste bili spremni sudjelovati na radionici vezano uz razvoj ekomuzeja Međimurje?

- A DA
- B NE
- C NISAM SIGURAN/NISAM SIGURNA

Tablica 13-1 Prikaz pitanja koja će se koristiti za potrebe istraživanja stavova među predstavnicima javnog sektora u Međimurskoj županiji

01. Vi ste:

Kulturno-umjetnička udruga (pjevački zbor, instrumentalni sastav, udruga za njegovanje folklorne glazbe, plesa i tradicionalnih običaja, udruga za očuvanje pokladnih/fašničkih običaja, književna udruga, likovna udruga)

- A Udruga za očuvanje i promicanje tradicijskih zanata i ruralne graditeljske baštine
- B Udruga za promicanje kvalitete života
- C Udruga za promicanje tradicionalne poljoprivrede i kulinarike
- D Ekološka udruga
- E Nešto drugo – navedite što:

02. U kojem gradu, odnosno općini se nalazi sjedište Vaše udruge:

Padajući izbornik s mjestima i gradovima u Međimurskoj županiji

03. Da li ste upoznati s pojmom društveno odgovorno poslovanje?

- A DA
- B NE
- B NISAM SIGURAN/NISAM SIGURNA

04. Koja je Vaša prva asocijacija pri spomenu pojma društveno odgovorno ponašanje:

- A Zaštita okoliša
- B Poštovanje ljudskih prava
- C Edukacija članova udruge
- D Uključivanje u razvoj zajednice kroz različite projekte
- E Nešto drugo – navedite što

05. Da li Vaša udruga u svom radu primjenjuje načela društveno odgovornog poslovanja?

- A DA
- B NE
- B NISAM SIGURAN/NISAM SIGURNA

06. Da li vaša udruga potiče:

- A Razvoj, širenje i primjenu načela koji pridonose zaštiti okoliša
- B Programe obuke članova udruge kroz radionice i seminare
- C Programe obuke članova zajednice kroz radionice i seminare
- D Vođenje/sudjelovanje u projektima koji su od interesa po zajednicu u kojoj djeluju (npr. njegovanje tradicije i sl.)
- E Programe vezane uz promociju međimurske baštine

07. Kako biste ocijenili tvrdnju: Međimurska županija koristi inovativan pristup u kreiranju turističke ponude za turiste.

- A Potpuno se slažem

- B Slažem se
- C Nemam mišljenje
- D Ne slažem se
- E Uopće se ne slažem

08. Da li ste upoznati s turističkim proizvodom Ekomuzej Mura?

- A DA
- B NE
- C NISAM SIGURAN/NISAM SIGURNA

09. Kako biste ocijenili sljedeću tvrdnju: Razvoj turističkih proizvoda – ekomuzeja može pridonijeti daljnjem razvoju kontinentalnog turizma Međimurske županije.

- A Potpuno se slažem
- B Slažem se
- C Nemam mišljenje
- D Ne slažem se
- E Uopće se ne slažem

10. Kako biste ocijenili sljedeću tvrdnju: Razvoj turističkih proizvoda – ekomuzeja može pridonijeti daljnjem razvoju imidža Međimurske županije.

- A Potpuno se slažem
- B Slažem se
- C Nemam mišljenje
- D Ne slažem se
- E Uopće se ne slažem

11. Da li Vaša udruga posjeduje ili upravlja nekim od navedenih baština:

- A Prirodna baština
- B Materijalna kulturna baština
Nematerijalna kulturna baština – razni oblici i pojave što se prenose predajom ili na neki drugi način
- C Etnografska baština
- D Industrijska baština
- F Nešto drugo- navedite što:

12. (ako je odgovor prirodna baština) Naveli ste kako vaša udruga posjeduje ili upravlja prirodnom baštinom na području Međimurske županije. Da li nam možete navesti o kojoj je prirodnoj baštini riječ?

Opis

13. (ako je odgovor materijalna kulturna baština). Naveli ste kako vaša udruga posjeduje ili upravlja materijalnom baštinom na području Međimurske županije. Vaša udruga posjeduje ili upravlja:

- A Pokretnom kulturnom baštinom
- B Nepokretnom kulturnom baštinom

14. Molimo vas da opišete o kakvoj je materijalnoj baštini riječ:

Opis

15. (ako je odgovor nematerijalna baština) Naveli ste kako vaša udruga posjeduje ili upravlja nematerijalnom baštinom na području Međimurske županije. O kakvoj je baštini riječ?

- A Jezik, dijalekti

- B Usmena književnost svih vrsta
- C Folklorno stvaralaštvo u području glazbe, plesa, običaja
- D Tradicijska umijeća i obrti
- E Nešto drugo -navedite što

16. (ako je odgovor etnografska baština). Naveli ste kako vaša udruga posjeduje ili upravlja etnografskom baštinom na području Međimurske županije. O kakvoj je etnografskoj baštini riječ?

Opis

17. (ako je odgovor industrijska baština). Naveli ste kako vaša udruga posjeduje ili upravlja industrijskom baštinom na području Međimurske županije. O kakvoj je industrijskoj baštini riječ:

Opis

18. Da li bi vaša udruga bila spremna uključiti se kao partner u razvoj novog ekomuzeja koji bi pridonio razvoju kontinentalnog turizma području Međimurske županije?

- A DA
- B NE
- C NE ZNAM

19. Po Vašem mišljenju, koji bi presudni faktor bio da se uključite u razvoj novog ekomuzeja na području Međimurske županije?

- A Stupanj doprinosa razvoju zajednice
- B Mogućnost povezivanja s ostalim partnerima na projektu ekomuzeja
- C Financijska održivost projekta
- D Mogućnost ostvarivanja prava na poticaj za sudjelovanje u projektu ekomuzej Međimurje
- E Mogućnost otvaranja novih radnih mjesta
- F Mogućnost obrazovanja osoba obuhvaćenih projektom ekomuzej Međimurje
- G Korisnost koja proizlazi iz promocije projekta ekomuzej Međimurje
- H Nešto drugo – navedite što:

20. Na koji način bi vaša udruga mogla sudjelovati u razvoju ekomuzeja Međimurje:

Opis

21. Koji bi organizacijski oblik Ekomuzeja Međimurje bio prihvatljiv po vas, a kako biste se uključili u sam projekt?

- A Udruga
- B Mreža partnera
- C Institucija
- D Nešto drugo – navedite što:

22. (Ako je odgovor na pitanje broj 18 bio "NE") Da li nam možete reći da li bi postojala mogućnost da se Vaša udruga naknadno uključi u projekt Ekomuzej Međimurje kada isti počne raditi?

- A Da, postojala bi mogućnost
- B Ne, ne bi postojala mogućnost
- C Nisam siguran/sigurna

23. Da li biste bili spremni sudjelovati na radionici vezano uz razvoj ekomuzeja Međimurje?

DA

NE

NISAM SIGURAN/NISAM SIGURNA

Tablica 13-2 Prikaz pitanja koja će se koristiti za potrebe ustraživanja stavova među predstavnicima nevladinih udruga

01. Vaš poslovni subjekt je:

- A Jednostavno društvo ograničene odgovornosti
- B Društvo s ograničenom odgovornošću
- C Dioničko društvo
- D Subjekt u obrtu i slobodnim zanimanjima
- E Ostalo-navedite što

02. U kojem gradu, odnosno općini se nalazi sjedište Vaše institucije:

Padajući izbornik s mjestima i gradovima u Međimurskoj županiji

03. Koliko ljudi zapošljava poslovni subjekt?

- A 1-49
- B 50-99
- C 100-199
- D >200

04. Koja je primarna djelatnost Vašeg poslovnog subjekta?

Padajući izbornik sa ponuđenim djelatnostima koje su definirane službenom nacionalnom klasifikacijom djelatnosti

05. Da li ste upoznati s pojmom društveno odgovorno poslovanje?

- A DA
- B NE
- B NISAM SIGURAN/NISAM SIGURNA

06. Koja je Vaša prva asocijacija pri spomenu pojma društveno odgovorno ponašanje:

- A Zaštita okoliša
- B Poštovanje ljudskih prava
- C Edukacija zaposlenika
- D Uključivanje u razvoj zajednice kroz različite projekte
- E Nešto drugo – navedite što

07. Da li Vaš poslovni subjekt posluje po načelima društveno odgovornog poslovanja?

- A DA
- B NE
- B NISAM SIGURAN/NISAM SIGURNA

08. Da li vaš poslovni subjekt potiče:

- A Razvoj, širenje i primjenu tehnologija u poslovanju prihvatljivih za okoliš
- B Promicanje veće odgovornosti prema okolišu kroz vlastiti primjer djelovanja (npr. Nabava ekološki prihvatljivijih vozila)
- C Programe obuke za zaposlenike kroz radionice i seminare
- D Vođenje/sudjelovanje u projektima koji su od interesa po zajednicu u kojoj djeluju (npr. njegovanje tradicije i sl.)
- E Nešto drugo – navedite što:

- 09. Kako biste ocijenili tvrdnju: Međimurska županija koristi inovativan pristup u kreiranju turističke ponude za turiste.**
- A Potpuno se slažem
 - B Slažem se
 - C Nemam mišljenje
 - D Ne slažem se
 - E Uopće se ne slažem
- 10. Da li ste upoznati s turističkim proizvodom Ekomuzej Mura?**
- A DA
 - B NE
 - C NISAM SIGURAN/NISAM SIGURNA
- 11. Kako biste ocijenili sljedeću tvrdnju: Razvoj turističkih proizvoda – ekomuzeja može pridonijeti daljnjem razvoju kontinentalnog turizma Međimurske županije.**
- A Potpuno se slažem
 - B Slažem se
 - C Nemam mišljenje
 - D Ne slažem se
 - E Uopće se ne slažem
- 12. Kako biste ocijenili sljedeću tvrdnju: Razvoj turističkih proizvoda – ekomuzeja može pridonijeti daljnjem razvoju kontinentalnog imidža Međimurske županije.**
- A Potpuno se slažem
 - B Slažem se
 - C Nemam mišljenje
 - D Ne slažem se
 - E Uopće se ne slažem
- 13. Da li Vaša poslovni subjekt posjeduje ili upravlja nekim od navedenih baština:**
- A Prirodna baština
 - B Materijalna kulturna baština
Nematerijalna kulturna baština – razni oblici i pojave što se prenose predajom ili na neki drugi način
 - C Etnografska baština
 - D Industrijska baština
 - F Nešto drugo- navedite što:
- 14. (ako je odgovor prirodna baština) Naveli ste kako vaš poslovni subjekt posjeduje ili upravlja prirodnom baštinom na području Međimurske županije. Da li nam možete navesti o kojoj je prirodnoj baštini riječ?**
- Opis
- 15. (ako je odgovor materijalna kulturna baština). Naveli ste kako vaš poslovni subjekt posjeduje ili upravlja materijalnom baštinom na području Međimurske županije. Da li nam možete navesti o kojoj je baštini riječ?**
- A Pokretnom kulturnom baštinom
 - B Nepokretnom kulturnom baštinom
- 16. Molimo vas da navedete o kakvoj je materijalnoj baštini riječ:**
- Opis
- 17. (ako je odgovor nematerijalna baština) Naveli ste kako vaš poslovni subjekt**

posjeduje ili upravlja nematerijalnom baštinom na području Međimurske županije. Da li nam možete navesti o kojoj je baštini riječ?

- A Jezik, dijalekti
- B Usmena književnost svih vrsta
- C Folklorno stvaralaštvo u području glazbe, plesa, običaja
- D Tradicijska umijeća i obrti
- E Nešto drugo -navedite što

18. (ako je odgovor etnografska baština). Naveli ste kako vaš poslovni subjekt posjeduje ili upravlja etnografskom baštinom na području Međimurske županije. O kakvoj je etnografskoj baštini riječ:

Opis

19. (ako je odgovor industrijska baština). Naveli ste kako vaš poslovni subjekt posjeduje ili upravlja industrijskom baštinom na području Međimurske županije. O kakvoj je industrijskoj baštini riječ:

Opis

20. Da li bi vaš poslovni subjekt bila spremna uključiti se kao partner u razvoj novog ekomuzeja koji bi pridonio razvoju kontinentalnog turizma području Međimurske županije?

- A DA
- B NE
- C NE ZNAM

21. Po Vašem mišljenju, koji bi presudni faktor bio da se uključite u razvoj novog eko muzeja na području Međimurske županije?

- A Stupanj doprinosa razvoju zajednice
- B Mogućnost povezivanja s ostalim partnerima na projektu ekomuzeja
- C Financijska održivost projekta
- D Mogućnost ostvarivanja prava na poticaj za sudjelovanje u projektu ekomuzej Međimurje
- E Mogućnost otvaranja novih radnih mjesta
- F Mogućnost obrazovanja osoba obuhvaćenih projektom ekomuzej Međimurje
- G Korisnost koja proizlazi iz promocije projekta ekomuzej Međimurje
- H Nešto drugo – navedite što:

22. Na koji način vaš poslovni subjekt mogao sudjelovati u razvoju ekomuzeja Međimurje:

- A Smještajnim uslugama
- B Ugostiteljskim uslugama
- C Nešto drugo – navedite što:

23. Koji bi organizacijski oblik Ekomuzeja Međimurje bio prihvatljiv po vas, a kako biste se uključili u sam projekt?

- A Udruga
- B Mreža partnera
- C Institucija
- D Nešto drugo – navedite što:

24. (Ako je odgovor na pitanje broj 18 bio "NE") Da li nam možete reći da li bi postojala mogućnost da se Vaša udruga naknadno uključi u projekt Ekomuzej Međimurje kada isti počne raditi?

- A Da, postojala bi mogućnost
- B Ne, ne bi postojala mogućnost

C Nisam siguran/sigurna

25. Da li biste bili spremni sudjelovati na radionici vezano uz razvoj ekomuzeja Međimurje?

A DA

B NE

C NISAM SIGURAN/NISAM SIGURNA

Tablica 13-3 Prikaz pitanja koja će se koristiti za potrebe istraživanja stavova - javni sektor

13.2. Deskriptivna statistika

Da li ste upoznati s pojmom društveno odgovorno poslovanje?

<i>Udruge</i>	
Mean	2,057142857
Standard Error	0,153079631
Median	2
Mode	3
Standard Deviation	0,905631309
Sample Variance	0,820168067
Kurtosis	-1,81861557
Skewness	-0,117043778
Range	2
Minimum	1
Maximum	3
Sum	72
Count	35
Largest(1)	3
Smallest(1)	1
Confidence Level(95,0%)	0,311095239

<i>Javna uprava</i>	
Mean	1,457142857
Standard Error	0,144028809
Median	1
Mode	1
Standard Deviation	0,852085923
Sample Variance	0,72605042
Kurtosis	-0,187815657
Skewness	1,351407318
Range	2
Minimum	1
Maximum	3

Sum	51
Count	35
Largest(1)	3
Smallest(1)	1
Confidence Level(95,0%)	0,292701756

upoznatost s pojmom dop - poslovni subjekti

Mean	1,205128205
Standard Error	0,098432294
Median	1
Mode	1
Standard Deviation	0,614709481
Sample Variance	0,377867746
Kurtosis	5,722007722
Skewness	2,725963609
Range	2
Minimum	1
Maximum	3
Sum	47
Count	39
Largest(1)	3
Smallest(1)	1
Confidence Level(95,0%)	0,199265762

Anova: Single Factor

SUMMARY

<i>Groups</i>	<i>Count</i>	<i>Sum</i>	<i>Average</i>	<i>Variance</i>
Udruge	35	72	2,057143	0,820168
Javna uprava	35	51	1,457143	0,72605
Poslovni subjekti	39	47	1,205128	0,377868

ANOVA

<i>Source of Variation</i>	<i>SS</i>	<i>df</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>P-value</i>	<i>F crit</i>
Between Groups	13,93198	2	6,965991	11,03228	4,44E-05	3,082015
Within Groups	66,9304	106	0,631419			
Total	80,86239	108				

Turkey HSD Test

SUMMARY

<i>Treatments pair</i>	<i>Turkey HSD Q statistic</i>	<i>Turkey HSD p-value</i>	<i>Turkey HSD inference</i>
Udruge vs Javna uprava	6.7192	0.0010053	**p<0.01
Udruge vs Poslovni subjekti	7.0936	0.0010053	**p<0.01
Javna uprava vs Poslovni subjekti	1.1952	0.8999947	insignificant

Scheffe multiple comparison

SUMMARY

<i>Treatments pair</i>	<i>Scheffe T- statistic</i>	<i>Scheffe p-value</i>	<i>Scheffe inference</i>
Udruge vs Javna uprava	4.7512	3.5989e-05	**p<0.01
Udruge vs Poslovni subjekti	5.0159	1.25228e-05	**p<0.01
Javna uprava vs Poslovni subjekti	0.1380	0.9905223	insignificant

Primjenjujete li u svom radu načela DOP-a?

<i>Udruge</i>	
Mean	1,771428571
Standard Error	0,148299687
Median	1
Mode	1
Standard Deviation	0,877352779
Sample Variance	0,769747899
Kurtosis	-1,556025191
Skewness	0,478721843
Range	2
Minimum	1
Maximum	3
Sum	62
Count	35
Largest(1)	3
Smallest(1)	1
Confidence Level(95,0%)	0,301381224

Javna uprava

Mean	1,228571429
Standard Error	0,109127281
Median	1
Mode	1
Standard Deviation	0,645605702
Sample Variance	0,416806723
Kurtosis	4,689332845
Skewness	2,534617694
Range	2
Minimum	1
Maximum	3
Sum	43
Count	35
Largest(1)	3
Smallest(1)	1
Confidence Level(95,0%)	0,221773318

Poslovni subjekti

Mean	1,461538462
Standard Error	0,136695895
Median	1
Mode	1
Standard Deviation	0,85366559
Sample Variance	0,728744939
Kurtosis	-0,247247247
Skewness	1,329718743
Range	2
Minimum	1
Maximum	3
Sum	57
Count	39
Largest(1)	3
Smallest(1)	1
Confidence Level(95,0%)	0,276726372

Anova: Single Factor

SUMMARY

<i>Groups</i>	<i>Count</i>	<i>Sum</i>	<i>Average</i>	<i>Variance</i>
Udruge	35	62	1,771429	0,769748
Javna uprava	35	43	1,228571	0,416807
Poslovni subjekti	39	57	1,461538	0,728745

ANOVA

<i>Source of Variation</i>	<i>SS</i>	<i>df</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>P-value</i>	<i>F crit</i>
Between Groups	5,194193	2	2,597096	4,046323	0,020256	3,082015
Within Groups	68,03516	106	0,641841			
Total	73,22936	108				

Turkey HSD Test

SUMMARY

<i>Treatments pair</i>	<i>Turkey HSD Q statistic</i>	<i>Turkey HSD p-value</i>	<i>Turkey HSD inference</i>
Udruge vs Javna uprava	4.0087	0.0150564	**p<0.05
Udruge vs Poslovni subjekti	2.3494	0.2252086	insignificant
Javna uprava vs Poslovni subjekti	1.7662	0.4290735	insignificant

Scheffe multiple comparison

SUMMARY

<i>Treatments pair</i>	<i>Scheffe T- statistic</i>	<i>Scheffe p-value</i>	<i>Scheffe inference</i>
Udruge vs Javna uprava	2.8346	0.0208067	**p<0.05
Udruge vs Poslovni subjekti	1.6613	0.2560770	insignificant
Javna uprava vs Poslovni subjekti	1.2489	0.4610698	insignificant

Da li bi bili spremni uključiti se kao partner u razvoj novog ekomuzeja koji bi pridonio razvoju kontinentalnog turizma području Međimurske županije?

Udruga

Mean	1,257142857
Standard Error	0,111089767
Median	1
Mode	1
Standard Deviation	0,657215926
Sample Variance	0,431932773
Kurtosis	3,740150219
Skewness	2,315994154
Range	2
Minimum	1
Maximum	3
Sum	44
Count	35
Largest(1)	3
Smallest(1)	1
Confidence Level(95,0%)	0,225761569

Javna uprava

Mean	1,628571429
Standard Error	0,159229839
Median	1
Mode	1
Standard Deviation	0,942016432
Sample Variance	0,887394958
Kurtosis	-1,383006198
Skewness	0,836374782
Range	2
Minimum	1
Maximum	3
Sum	57
Count	35
Largest(1)	3
Smallest(1)	1
Confidence Level(95,0%)	0,323593966

Poslovni subjekti

Mean	1,256410256
Standard Error	0,108467106
Median	1
Mode	1
Standard Deviation	0,677376857
Sample Variance	0,458839406
Kurtosis	3,53418124
Skewness	2,314173494
Range	2
Minimum	1
Maximum	3
Sum	49
Count	39
Largest(1)	3
Smallest(1)	1
Confidence Level(95,0%)	0,219580175

Anova: Single Factor

SUMMARY

<i>Groups</i>	<i>Count</i>	<i>Sum</i>	<i>Average</i>	<i>Variance</i>
Udruge	35	44	1,257143	0,431933
Javna uprava	35	57	1,628571	0,887395
Poslovni subjekti	39	49	1,25641	0,458839

ANOVA

<i>Source of Variation</i>	<i>SS</i>	<i>df</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>P-value</i>	<i>F crit</i>
Between Groups	3,284941	2	1,642471	2,794885	0,065632	3,082015
Within Groups	62,29304	106	0,58767			
Total	65,57798	108				

Turkey HSD Test

SUMMARY

<i>Treatments pair</i>	<i>Turkey HSD Q statistic</i>	<i>Turkey HSD p-value</i>	<i>Turkey HSD inference</i>
Udruge vs Javna uprava	2.8664	0.1108417	insignificant
Udruge vs Poslovni subjekti	0.0058	0.8999947	insignificant
Javna uprava vs Poslovni subjekti	2.9487	0.0978131	insignificant

Scheffe multiple comparison

SUMMARY

<i>Treatments pair</i>	<i>Scheffe T- statistic</i>	<i>Scheffe p-value</i>	<i>Scheffe inference</i>
Udruge vs Javna uprava	2.0269	0.1332791	insignificant
Udruge vs Poslovni subjekti	0.0041	0.9999916	insignificant
Javna uprava vs Poslovni subjekti	2.0850	0.1188009	insignificant