

# EKOMUZEJ MEĐIMURJE

*BISERNA OGRLICA DOŽIVLJAJA*

OPERATIVNI MARKETING PLAN  
EKOMUZEJA MEĐIMURJE 2022-  
2027.

TURISTIČKA ZAJEDNICA  
MEĐIMURSKE ŽUPANIJE

Čakovec, prosinac 2022.



Službeni naziv dokumenta:

**Operativni marketing plan Ekomuzeja Međimurje 2022-2027.**

Naručitelj:

**Turistička zajednica Međimurske županije**

Izvoditelj:

**Callidus solutions d.o.o.**

**Čakovec, prosinac 2022.**

**IZRADA DOKUMENTA SUFINANCIRANA JE SREDSTVIMA  
FONDA ZA TURISTIČKI NEDOVOLJNO RAZVIJENA PODRUČJA I KONTINENT PRI  
HRVATSKOJ TURISTIČKOJ ZAJEDNICI**

## SADRŽAJ

Rb.	Poglavlje	Str.
I.	POZADINA PROGRAMA EKOMUZEJA MEDIMURJE .....	3
II.	NAČELA DJELOVANJA EKOMUZEJA.....	8
2.1.	Geneza ideje i načela ekomuzeologije.....	8
2.2.	Osnovne sastavnice ekomuzeja.....	11
2.3.	Ekomuzej kao kulturno turistički proizvod.....	12
2.4.	Korisnost ekomuzeja za lokalnu zajednicu.....	13
III.	BENCHMARKING ANALIZA.....	14
IV.	ISTRAŽIVANJE STAVOVA LOKALNE ZAJEDNICE .....	18
4.1.	Populacija i uzorak obuhvata istraživanja .....	18
4.2.	Metodologija prikupljanja podataka .....	18
4.3.	Rezultati istraživanja stavova dionika iz nevladinog sektora.....	19
4.4.	Rezultati istraživanja stavova dionika iz javnog sektora .....	25
4.5.	Rezultati istraživanja stavova dionika iz poslovnog sektora .....	31
4.6.	Zaključci istraživanja .....	39
V.	SWOT ANALIZA EMM .....	40
VI.	RASPOLOŽIVA RESURSNO-ATRAKCIJSKA OSNOVA EMM	44
6.1.	Ocjena resursno-atraktivne osnove.....	44
6.2.	Pregled postojeće posjetiteljske i interpretacijske infrastrukture....	54
VII.	MISIJA, VIZIJA, CILJEVI EMM	60
VIII.	SEGMENTACIJA TRŽIŠTA .....	63
IX.	FAKTORI USPJEHA I PRIJEDLOZI AKCIJA PREMA SELEKTIVNIM OBLICIMA TURIZMA .....	64
X.	BREND KONCEPT.....	66
XI.	PRIJEDLOG STRUKTURE UPRAVLJANJA EMM .....	69
11.1.	Prijedlog uspostavljanja upravljačke strukture EMM .....	69
11.2.	Pregled trenutnih dionika EMM .....	70
XII.	MONITORING SUSTAV EMM .....	71
XIII.	PREGLED PROJEKATA I PROJEKTNIH IDEJA EMM .....	72
XIV.	PRIJEDLOG MEDIA MIXA OGLAŠAVANJA EMM 2023-2027. ....	74
XV.	AKCIJSKI PLAN EMM 2022 - 2027. ....	76

## I. POZADINA PROGRAMA EKOMUZEJA MEĐIMURJE

U proteklih desetak godina Međimurje postupno gradi poziciju privlačne kontinentalne turističke destinacije s ponudom raznolikih turističkih iskustava, od izleta motiviranih gastronomijom i vinom do složenih proizvoda aktivnog odmora i zdravlja. U cilju daljnjeg unapređenja do sada stečene tržišne pozicije, Međimurska županija je 2016. godine usvojila Masterplan razvoja turizma MŽ do 2020. godine<sup>1</sup> kojim je planiran intenzivniji razvoj kulturnog turizma. SWOT analizom provedenom za potreba Masterplana konstatirane su slabosti i prijetnje u vidu: **velike razmrvljenosti kulturne baštine koja sama po sebi ima veliki kulturološki značaj ali je nedovoljno atraktivno interpretirana i neadekvatno organizirana da bi bila tržišno atraktivan i konkurentan kulturno turistički proizvod.**

Daljnjom analizom u okviru izrade Masterplana utvrđeno je da na području županije nije postojala institucionalna briga za materijalnu, a pogotovo nematerijalnu baštinu „izvan zidova“ konvencionalnog muzeja. Zbog toga velike vrijednosti povijesnih lokaliteta (arheološka nalazišta, profana feudalna graditeljska baština, ruralna graditeljska baština...) nakon početnih istraživanja nisu adekvatno valorizirana i stavljena u funkciju kulture i kulturnog turizma. Naročito je ugrožena ruralna graditeljska baština koja je izgubila svoju izvornu namjenu i stoga drastično ubrzano propadala. „Stara znanja“ koja su baza nematerijalne kulture i tradicionalnih djelatnosti u ruralnim prostorima ubrzano padaju u zaborav što izravno i neizravno doprinosi slabljenju kohezije ruralnih lokalnih zajednica, depopulaciji ruralnih sredina te gubitkom „**kreativnog i socijalnog eko sustava**“ koji čini osnovicu za budući razvoj kreativne industrije i pametnog turizma.

Nedovoljna je bila i razvijenost posjetiteljske infrastrukture pogotovo za interpretaciju nematerijalne kulturne baštine. Ne postoji sustav upravljanje posjetiteljima, distribucija posjetitelja u skladu s nosivim kapacitetom pojedinih kulturno turističkih mikro destinacija radi uravnoteženog turističkog razvoja svih dijelova županije kao ni CO2 neutralan način transporta turista već se on u cijelosti odvija stihijski osobnim motornim vozilima.

S obzirom na nedovoljnu razvijenost posjetiteljske infrastrukture i slabu atraktivnost interpretacije nije bilo moguć ozbiljniji razvoj kulturnog turizma te su slijedom toga ulaganja u njegovu promociju i druge

<sup>1</sup> Odlukom Skupštine TZMŽ od 30.3. 2021. Važenje Masterplana je produženo da usvajanja novog dokumenta.

marketinške aktivnosti bila neznatna. Kako bi se učinio značajan razvojni pomak Masterplanom je utvrđeno:

#### VII. Prioritetna operativna razvojna strategija: Podizanje kvalitete zaštite i turistifikacije resursno-atraksijske osnove

Cilj:	Povećanje izdataka za zaštitu prirodne i kulturne baštine iz sredstava regionalne i lokalne samouprave
Polazište/ opravdanje:	Kvaliteta, razlikovna obilježja i različite atraktivnosti prostora nezaobilazni su čimbenici turističkog gospodarstva budući da se odluka o putovanju vrlo često veže uz značajke glavnih atrakcija odredišta u koje se putuje. Pri tome se, posebice u slučaju europskih odredišta, raznolikost, očuvanost i bogatstvo kulture te prirode i okoliša prepoznaju kao ključni činitelji destinacijske turističke privlačnosti. <i>Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine</i> (NN 55/13) prepoznaje ekološki odgovoran razvoj kao jedno od deset načela na kojima se temelji vizija razvoja turizma. Načelo podrazumijeva racionalno korištenje raspoloživog prostora, poštovanje odrednica nosivog kapaciteta destinacije i mikrolokacije projekta, kao i mogućnosti priključenja na postojeće infrastrukturne sustave te primjenu suvremenih tehničko-tehnoloških rješenja u gradnji i opremanju. U tom kontekstu i strategija razvoja Međimurske županije kao strateški cilj postavlja očuvane prirodne resurse i razvoj održive infrastrukture koji se u razvoju turizma realiziraju, prije svega, prioritetnim zaštitama prirode i okoliša te očuvanjem prirodne i kulturne baštine. Postavljeni ciljevi strategije razvoja posebno dobivaju na važnosti u kontekstu razvoja turizma budući da SWOT analiza ukazuje na nedovoljnu razinu turističke valorizacije resursno-atraksijske osnove.
Opis:	Postavljena vizija razvoja Međimurja kao destinacije zdravog i dinamičnog odmora polazi od uravnoteženog i održivog razvoja koji osigurava maksimalnu zaštitu, ali i korištenja potencijala prirodne i kulturne baštine u turizmu. Polazeći od prostorno-ekološke održivosti, upravljanje i menadžment u turizmu Međimurja mora biti zasnovan na načelima koja podrazumijevaju provedbu aktivnosti koje osiguravaju da turistička valorizacija prirodne i kulturne baštine ne smanjuje njihovu vrijednost za buduće naraštaje, ali i koja omogućava da ta baština postane temelj mreže nosivih turističkih sadržaja prilagođenih potrebama i očekivanjima suvremenih posjetitelja, povezanih sa širokom i dosljednom primjenom različitih „zelenih“ praksi. U tom smislu, prioritetna operativna strategija usmjerena na podizanje kvalitete zaštite turističkih atrakcija Međimurja do 2020. godine podrazumijeva daljnje uređivanje središta turističkih destinacija, zaštitu tradicionalne ruralne arhitekture i očuvanje autentičnog ambijenta međimurskog sela, uspostavljanje registra vrednovane prirodne i kulturne baštine te aktiviranje i turistifikacije zaštićenih prirodnih i kulturnih resursa.
<i>Mjera VII.3.: Aktiviranje i turistifikacija zaštićenih prirodnih i kulturnih resursa</i>	
Cilj:	Održivo turističko aktiviranje vrijedne prirodne i kulturne baštine

Područje obuhvata	cijelo područje Međimurja
Opis:	Sukladno postavljenoj viziji, razvoj turizma Međimurja počiva na usporednom maksimiranju zaštite i razvojnog potencijala prirodne i kulturne baštine (uključujući primjerice zaštitu tradicionalnih - <i>šopanih</i> - kuća i feudalne arhitekture). To podrazumijeva poduzimanje aktivnosti koje osiguravaju da turistička valorizacija baštine ne narušava njezinu vrijednost za buduće naraštaje, ali i uspostavljanje sadržaja prilagođenih potrebama i očekivanjima suvremenih posjetitelja. U tom smislu, uz poštovanje propisa iz sfere zaštite prirode i kulturne baštine te rješavanje često kompleksnih vlasničkih odnosa, potrebno je osigurati sustavni pristup postupnoj turistifikaciji prioritetnih lokaliteta uspostavom primjerenog sustava obilaska, opremanja, interpretacije i sl. (uključujući i rješenje pristupa, parkiranja, sanitarija, ugostiteljstva, trgovačkih objekata i sl.), što posebice vrijedi za prenamjenu i uređenje dvoraca i kurija za koje je potrebno naći novu, prikladniju namjenu, barem djelomično vezanu uz turizam (primjerice dvorac Feštetić u Pribislavcu). Poželjno je omogućiti, kada je to moguće, uvjete za produžen, zabavan i edukativan boravak različitim segmentima posjetitelja uključivanjem izletničkih sadržaja te međusobnim povezivanjem uređenih atrakcija, kao i povezivanjem sa sustavom šetnica, staza, vidikovaca i tematskih cesta/tura.
Nositelj:	Međimurska županija u suradnji s gradovima i općinama
Ostali dionici:	sustav turističkih zajednica, javna poduzeća, javne institucije, privatni poduzetnici
Vremenski obuhvat:	2016. - 2020.
Aktivnosti (javni programi/projekti):	<ul style="list-style-type: none"> <li>• razrada koncepta najbolje uporabe za prioritetne lokacije (sukladno vrednovanju u okviru mjere uspostave registra/kataloga prirodne i kulturne baštine)</li> <li>• analiza troškova i koristi pojedinih projekata kao i vlasničko-upravljačko-poslovnog modela</li> <li>• rješenje vlasničkih odnosa nad lokacijom (uključujući i dobivanje koncesija)</li> <li>• uspostava prikladnog sustava financijskog i nefinancijskog poticanja za privatne poduzetnike uključene u revitalizaciju pojedinih lokaliteta (tehnička pomoć, komunalna naknada, pokriće dijela troškova kamata i sl.)</li> </ul> <p>realizacija (projekti, dozvole, financiranje, javni natječaji, izgradnja i opremanje, kadrovsko popunjavanje i obrazovanje, marketing), uključujući i uređenje više zbirki i muzeja te lokacija iz domene prirodne i kulturno-povijesne baštine.</p>

*Imidž projekt 2. Uspostava Ekomuzeja Međimurja*

Cilj:	Očuvanje, prezentacija i podizanje atraktivnosti prirodne i kulturne baštine Međimurja primjenom inovativne muzeološke prakse
Područje obuhvata	cijelo područje Međimurja s naglaskom na prostor uz rijeke Muru i Dravu, središnji ruralni prostor,
Opis:	U svrhu jačanja organizacijskih i financijskih sposobnosti, odnosno lokalnog utjecaja, ali i šire tržišne prepoznatljivosti baštinskih lokaliteta, potrebno ih je ujediniti pod nazivom Ekomuzeji Međimurja. 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. 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 željeznica (Kotoriba, Dunjkovec) tri su snažne teme čija turistička valorizacija podrazumijeva dostupnost/uređenost u fizičkom, ali i marketinškom smislu. Pri tome važan naglasak valja staviti i na interaktivnost, kreativnost i originalnost prezentacije koja posjetiteljima omogućuje sudjelovanje te zanimljiv i edukativan doživljaj.
Nositelj:	Međimurska županija u suradnji s TZ-om Međimurske županije
Ostali dionici:	gradovi i općine, vlasnici pojedinačnih zbirki, Ministarstvo kulture, javna poduzeća, javne institucije, turističke zajednice gradova i općina
Vremenski obuhvat	2016. - 2020.
Aktivnosti (javni programi/projekti):	<ul style="list-style-type: none"> <li>• uspostava ekspertne grupe za realizaciju mjere, definiranje programa i procesa rada</li> <li>• definiranje oblika udruživanja subjekata u ekomuzej te financijskih i organizacijskih uvjeta</li> <li>• komunikacija i povezivanje potencijalnih članova ekomuzeja</li> <li>• udruživanje subjekata na temelju postavljenog pravnog okvira</li> <li>• razrada koncepta te poslovno-upravljačkog modela Međimorskog sela, ocjena ekonomske i društvene opravdanosti te financijske održivosti te realizacija (projekti, dozvole, financiranje, javni natječaji, izgradnja i opremanje, kadrovsko popunjavanje i obrazovanje, marketing)</li> </ul>

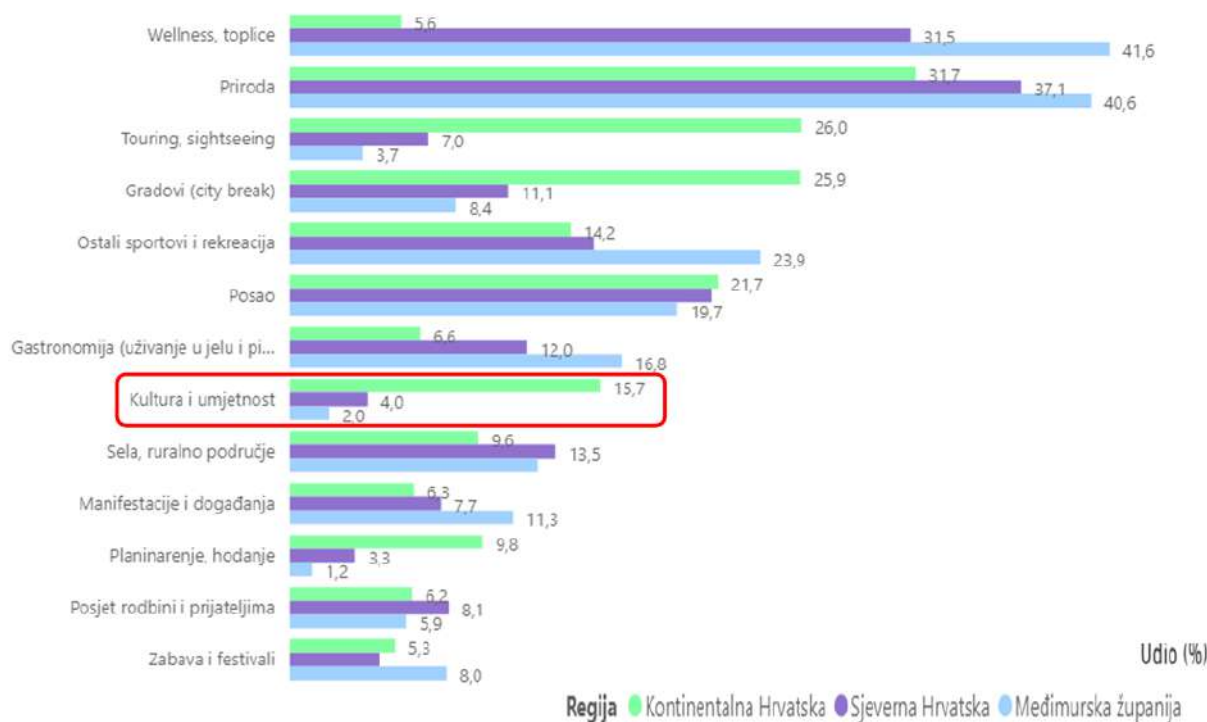


- razrada koncepta te poslovno-upravljačkog modela stavljanja u funkciju pojedine industrijske baštine (uključujući i određivanje prioriteta) te realizacija tri lokaliteta industrijske baštine (projekti, dozvole, financiranje, javni natječaji, izgradnja i opremanje, kadrovsko popunjavanje i obrazovanje, marketing)
- predstavljanje uspostavljenog ekomuzeja u javnosti i početak njihova djelovanja

Masterplanom je TZ Međimurske županije zadužena da u skladu s načelima ekomuzeologije usmjerava i koordinira vlasnike baštinskih lokaliteta: MŽ, Muzej Međimurja Čakovec, JLS-e, JU-e, privatne zbirke. Navedeni dionici su uz sufinanciranje EU fondova i Ministarstva turizma od 2017. do 2021.g. realizirali prvu fazu programa što je obuhvatilo: revitalizaciju, uređenje i opremanja **10 baštinskih** lokaliteta ukupne vrijednosti preko **12,6 milijuna eura**, od čega je 80% financirano iz različitih EU fondova.

TOMAS istraživanje koje je 2019.g. za potrebe TZMŽ proveo Institut za turizam Zagreb pokazalo je da su kulturom motivirani gosti u Međimurju činili samo s 2% od ukupnog broja gostiju što je izuzetno nisko u odnosu na kontinentalnu Hrvatsku (15,7%) i središnju Hrvatsku (4%). Navedeni podatak ukazuje na potrebu značajnih ulaganja osim u infrastrukturu i u marketinške aktivnosti na brendiranju, pozicioniranju i plasmanu EMM-a kao strateškog kulturno turističkog proizvoda Međimurja.

Grafikon 1. Struktura motiva dolaska gostiju u destinaciju





## II. NAČELA DJELOVANJA EKOMUZEJA

### 2.1. Geneza ideje i načela ekomuzeologije

Ekomuzeji i snažan muzeloški pokret koji se razvio s njihovom pojavom, znan 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, već su se znatno ranije pojavili novi muzejski oblici koji će izmijeniti pogled na tradicionalnu ulogu muzeja u svijetu. To su 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. Smješten na istoimenom brežuljku grada Stockholma, sastojao se 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. Heimat muzeji nastali su u Njemačkoj u 19. st., ali svoj pravi razvoj doživljavaju između dva rata s naglašenom sviješću o društvenoj ulozi muzeja, njihovom služenju ljudima i sadašnjosti.

Nastanak ekomuzeja obilježila su brojna kulturna i socijalna previranja koja su dominirala svijetom, ali i pokret znan pod imenom ekologizam i environmentalizam koji se javi kao odgovor na onečišćenje okoliša, ekološke katastrofe, nestajanje prirodne i ruralne baštine, utrke za naoružanjem ... Koncept ekomuzeja razvili su istaknuti francuski muzeolozi George Henri Rivere (1897-1985.) i Hugues de Varine, koji je upravo tih godina (1964-1974.) bi na čelu ICOM-a. Njih dvojica 1971. godine stvorili su i kovanicu ecomusue.

Pojam eco je i skraćenica od ecologie i u prvom se redu odnosi na novu ideju holističke interpretacije baštine, 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 potaknutih naglom urbanizacijom, napuštanjem i zapuštanjem ruralnih dijelova zemlje. George Henri Riviere je u tom trendu vidio priliku za ukupnu zaštitu i interpretaciju ruralne baštine. Tako u početku nastaju „muzeji kuće“ koji se razvijaju oko autentične kuće koja je središte oko kojeg se interpretacija širi na cijeli krajolik. To je prva faza razvoja ekomuzeja ili, bolje rečeno, pred-faza i obilježena je povezanošću s parkovima prirode. Prvi ekomuzej nastao je 1972. u središnjoj Francuskoj, na teritoriju od približno 500 kvadratnih kilometara oko gradova Le Creusot i Montceau-les-Mines i nazvan je Muzej čovjeka i industrije. Glavni izložbeni postav nalazi se u obližnjem dvorcu, ali je interpretacija rasprostrta po cijelom teritoriju, a stalni postav samo polazna točka za upoznavanje sa slojevitošću baštine cijelog kraja i ono što je najvažnije, ljudima koji su glavni baštinici i čuvatelji baštine. Osvrćući se na svoj novi muzejski koncept, De Varine je 1974. napisao: „Svaki predmet, pokretni ili nepokretni, koji

se nalazi unutar perimetra zajednice idejno propada muzeju. Ovo uvodi ideju oblika kulturnog vlasništva, koje nije u vezi sa zakonskim vlasništvom“.

Osnivanje prvog ekomuzeja obilježava drugu razvojnu fazu koja traje od 1971. do 1980. i uvodi dimenziju vremena, definiranog teritorija i sudjelovanja lokalne zajednice u realizaciji projekta. Treća faza započinje nakon 1980. i obilježena je jačanjem uloge lokalne zajednice te jasnim ciljevima regeneracije čitavog područja. Osamdesetih i početkom devedesetih godina prošlog stoljeća ekomuzeji postaju opće prihvaćeni koncept, jer se u to vrijeme javljaju tendencije osnaživanja lokalnih snaga nasuprot centrima moći, snažne tendencije regionalne kompetitivnosti, posebno u Europi te tzv. marketinga mjesta i prepoznavanje lokalne posebnosti pod utjecajem razvoja selektivnih oblika turizma. Danas ih je u svijetu evidentirano tristotinjak, oko dvije stotine se nalaze u Europi, uglavnom u Francuskoj, Italiji, Portugalu, skandinavskim zemljama i u novije vrijeme u Češkoj i Poljskoj. Porast ekomuzeja specifičan je po tome što je u njegovom središtu interesa bavljenje manjinskim etničkim zajednicama, očuvanjem njihove kulture, ali i osiguravanjem njihova održivog razvoja.

U nastavku se donose definicije ekomuzeja 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 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.“ Netom prije smrti, 1985. 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”***

Patric Boylan (1992), heritolog i merritus na City University of London i dugogodišnji suradnik UNESCO-a, predložio je jednostavnu strukturu koja pokazuje razlike između ekomuzeja i tradicionalnih muzeja.

Tabela 1. Komparacija tradicionalnog muzeja i ekomuzeja

KRITERIJ	MUZEJ (konvencionalni)	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

Peter Davis danas jedan od vodećih europskih muzeologa, u svojoj kultnoj knjizi *Ecomuseums: A Sense of Place* dodaje: “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“. Davis predlaže pet osnovnih kriterija koje prema njegovom mišljenju određuju ekomuzej:

- **pokrivaju područje koje se pruža van okvira zidova muzeja,**
- **fragmentirana 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.**

Liuzhi načela, kao osnovni principi ekomuzeja, ustanovljena su 2000. godine prilikom velikog projekta uspostavljanja ekomuzeja u Kini u suradnji s istaknutim norveškim muzeolozima, a ime su dobila prema imenu grada u kojem se održao radni sastanak. Ti su principi prihvaćeni na velikom međunarodnom stručnom skupu „2005 Guizhou International Forum on Ecomuseums“ održanom u Kini, na kojem su sudjelovali vodeći ekomuzeolozi svijeta.

- Ljudi su pravi vlasnici njihove kulture.
- Oni kulturu imaju pravo sami tumačiti i vrednovati.
- Značenje kulture i njezinih vrijednosti mogu se definirati samo kroz ljudsku percepciju i interpretaciju temeljenu na znanju. Kulturna kompetencija (nadležnost) mora se stalno poboljšavati.
- Sudjelovanje javnosti je esencijalno za ekomuzeje. Kultura je sveprisutna, demokratska imovina i njome se mora demokratski upravljati.
- Kada postoji sukob između turizma i očuvanja kulture, potonjoj se mora dati prioritet. Izvorna baština ne bi trebala biti rasprodana, ali treba poticati proizvodnju kvalitetnih suvenira koji se temelje na tradicionalnim obrtima.

- Dugoročno, holističko planiranje je od najveće važnosti. Kratkoročni ekonomski profiti koji dugoročno uništavaju kulturu moraju se izbjegavati.
- Zaštita kulturne baštine mora biti integrirana u ukupni pristup okolišu. U tom pogledu izuzetno su važne tradicionalne tehnike i materijali.
- Posjetitelji imaju moralnu obvezu ponašati se s poštovanjem. Moraju im se dati pravila ponašanja.
- Nema Biblije za ekomuzeje. Svi su oni različiti u odnosu prema određenoj kulturi i stanju društva koje predstavljaju.
- Socijalni razvoj je preduvjet za uspostavu ekomuzeja u živim društvima. Blagostanje stanovnika mora biti poboljšano tako da se ne ugroze tradicionalne vrijednosti.

## 2.2. Osnovne sastavnice ekomuzeja

Osnovni zadaci ekomuzeja ne razlikuju od onih tradicionalnih muzeja: prikupljaju, dokumentiraju, istražuju, čuvaju i komuniciraju određenu baštinu. Međutim, ekomuzej se razlikuje od konvencionalnog muzeja u tome što nastoji pružiti zainteresiranim posjetiteljima neformalno, specifično obrazovanje i stalni pogled ne samo na pojedine izložbene artefakte već i u živo iskustvo, autentični doživljaj čovjeka i njegove interakcije s ukupnim okruženjem. Stoga se u ekomuzeju izložci (neživi ili živi) ne izdvajaju iz prostora već se interpretiraju na autentičnoj lokaciji njihovog nastajanja odnosno egzistencije. Slijedom toga izložbeni prostor ekomuzeja je područje/regija koja se sastoji od kombinacije lokalnih značajki i resursa. Najznačajniji objekti su jezgra centar oko koje su organizirani sateliti. Centar igra važnu ulogu u prihvatu, pružanju informacija i vođenju daljnjeg posjećivanja. Sateliti su mjesta za promatranje, istraživački/obrazovni „laboratoriji“, izvori doživljaja uređeni po određenim temama, te prateća turistička infrastruktura. Osim toga tu su tematske/poučne pješačke/biciklističke staze te mreža pristupnih cesta koja omogućuju pristup regiji te interno povezivanje centara i satelita .

Tabela 2 Osnovne sastavnice ekomuzeja

Rb	Osnovne sastavnice	Opis funkcije
1.	Područje	Regija
2.	Glavni centar	Pružanje informacija, točka susreta i organizacija posjećivanja, upravljanje i administraciju, „centralni“ postav
3.	Sateliti	Tematske lokacije, objekti, artefakti, obrazovni „laboratoriji“, turističke usluge (smještaj, hrana, suveniri, odmorišta, zone zabave)

4.	Pješačke/biciklističke staze	Tematske/poučne, rekreacijske , krajobrazne - vidikovci
5.	Mreža putova	Pristupne ceste koje osiguravaju dostupnost regiji ekomuzeja te interno povezuju centar i satelite, satelite i satelite

Skica 1. Osnovna teoretska struktura nekog ekomuzeja



### 2.3. Ekomuzej kao kulturno turistički proizvod

Na sve zasićenijem turističkom tržištu posjetitelji traže priču, jedinstvenost i autentični doživljaj. Ekomuzej upravo jest okvir za čuvanje priča koje bi se inače postupno izgubile. Želja ekomuzeja za jačanjem identiteta obnavljanjem i jačanjem povijesnog nasljeđa koje je sadržano u životu i sjećanju svake lokalne zajednice u suglasju je s ekonomskim razvojnim ciljevima turizma, dapače može biti i ključni čimbenik i motivator održivog turističkog i sveukupnog razvoja. Naime, promicanja baštinskih vrijednosti određenog područja i njegova stanovništva može dati i ekonomske učinke upravo zahvaljujući i razvoju turizma. Povećana društvena i ekonomska vrijednost destinacije na tržištu rezultat je jačanja ukupnog baštinskog identiteta njezina teritorija.

Turizam predstavlja važan resurs, ali je ključno 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 da lokalno stanovništvo percipira taj 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. Dakle, održivi razvoj ide izvan okvira samog turizma, iako on ima neprocjenjivu ulogu.

Koncept održivog razvoja u ovom slučaju ovisi o tri čimbenika:

- potražnji za posjetiteljima,
- okolišu (baštini) u širem smislu i
- lokalnoj zajednici.

Ako nema harmonične ravnoteže između tih elemenata, područja namijenjena za održivi turizam izumiru.

## 2.4. Korisnost ekomuzeja za 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.

Skica 2 : Lanac ekonomskih učinaka EMM





### III. BENCHMARKING ANALIZA

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 dobre prakse za daljnji razvoj EMM-a.

- **Ecomusee D'Alzace Ecomusee D'Alzace, Francuska**

je smješten 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. 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 .

[www.ecomusee-alsace.fr](http://www.ecomusee-alsace.fr)

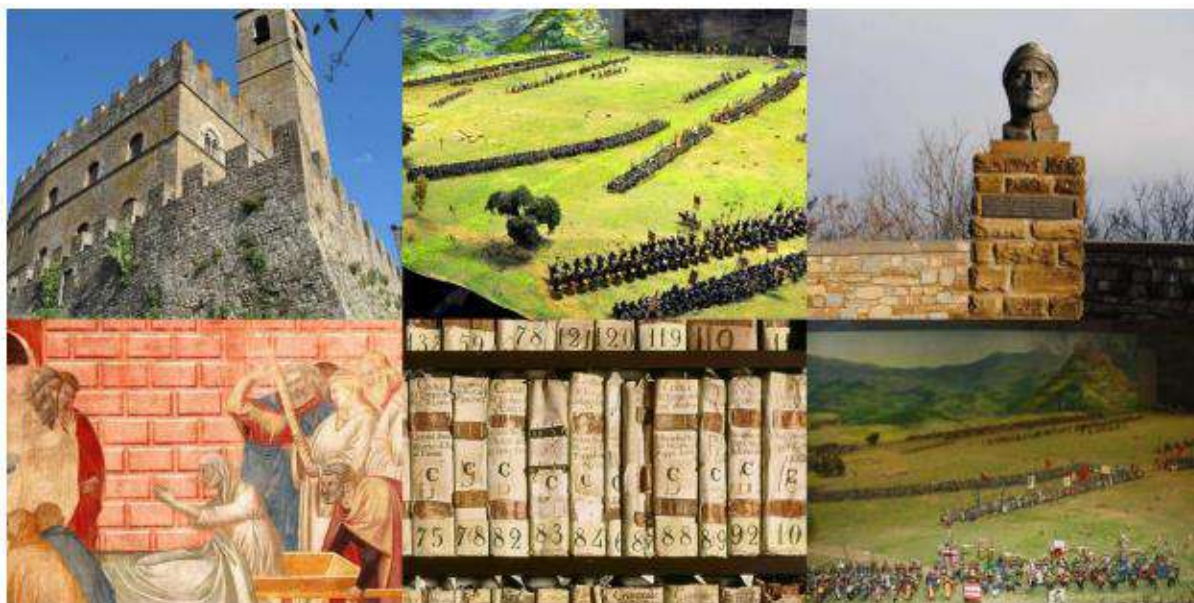




- **Ecomuseo del Cansentino, Italija**

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. Udružen je u mrežu ekomuzeja Italije koja okuplja stotinjak ekomuzeja.

[www.ecomuseodelcansentino.it](http://www.ecomuseodelcansentino.it)



- **Okomuseum Grenseland, Norveška-Švedska**

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.




[www.okomuseum-grenseland.org](http://www.okomuseum-grenseland.org)



- **Kilmartinhouse museum, Irska**

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

[www.kilmartin.org](http://www.kilmartin.org)

Gradimo naš Novi muzej	Vodene šetnje	Projekt obnove
		
<p>Prikaz tekućeg napretka izgradnje novih zgrada i objekata muzeja Kilmartin.</p>	<p>Kliknite gumb u nastavku za informacije o našim vodenim šetnjama kroz Kilmartin Glen 2022.</p>	<p>Saznajte više o našim planovima za budućnost muzeja Kilmartin. Izgradnja novih objekata započela je u proljeće 2021.</p>
<p>SAZNAJTE VIŠE</p>	<p>SAZNAJTE VIŠE</p>	<p>SAZNAJTE VIŠE</p>

- **Ekomuzeum Ruže, Češka**

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.

[www.ruze.ekomuzeum.cz](http://www.ruze.ekomuzeum.cz)

# Ekomuzeum Ruže

česky english








- **Ekomuzej hmeljarstva in pivarstva, Slovenija**

Kao što mu samo ime govori, ovaj ekomuzej fokusiran je na temu uzgoja hmelja i proizvodnje piva. Presentacija je organizirana kroz posjećivanje polja hmelja, te pogona 19 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.

[www.burger.si/MuzejiInGalerije/EkoMuzej/seznam.html](http://www.burger.si/MuzejiInGalerije/EkoMuzej/seznam.html)



- **Kuća o Batani, Hrvatska**

Kuća o Batani prvi je hrvatski ekomuzej osnovan 2004. godine u Rovinju. Riječ je o ekomuzeju koji „istražuje, vrednuje, štiti, intepretira, rekreira, prezentira i komunicira materijalnu i nematerijalnu maritimnu baštinu“. 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.

[www.batana.org](http://www.batana.org)



## IV. ISTRAŽIVANJE STAVOVA LOKALNE ZAJEDNICE

Projektom zadatkom izrade OPMP EMM-a zadano je utvrditi stavove dionika iz svih sektora lokalne zajednice o uspostavljanju i daljnjem djelovanju EMM-a. Za tu potrebu prikupljanje podataka odvijalo se u periodu 20 - 25. rujna 2022.godine.

### 4.1. Populacija i uzorak obuhvaćen istraživanjem

Istraživanjem je bio obuhvaćen sljedeći uzorak s područja Međimurske županije: predstavnici nevladinih udruga, predstavnici javnog sektora i predstavnici poslovnih subjekata koji imaju registriranu turističku djelatnost. Iz 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 i 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 ili su vlasnici baštinskih zbirki, poslovni subjekti koji imaju registriranu turističku djelatnost, fizičke osobe koji su u posjedu etnografskih i ostale zbirke koje mogu pridonijeti razvoju EMM.

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
<b>UKUPNO</b>	<b>109</b>	<b>100,00</b>

Tablica 6-1 Prikaz broja ispitanika obuhvaćenih istraživanjem po grupama

### 4.2. Metodologija prikupljanja podataka

Za potrebe izrade ovog dokumenta provela su se tri istraživanja kojima se dobio uvid u stavove predstavnika nevladinih udruga, javnog sektora, poslovnih subjekata 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. Anketna pitanja definirana su u suradnji s naručiteljem tj. TZMŽ. Sam upitnik je dao uvid u spremnost ispitanika na uključivanje u daljnji razvoj EMM i razumijevanje pojma društveno-odgovornog poslovanja. 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.

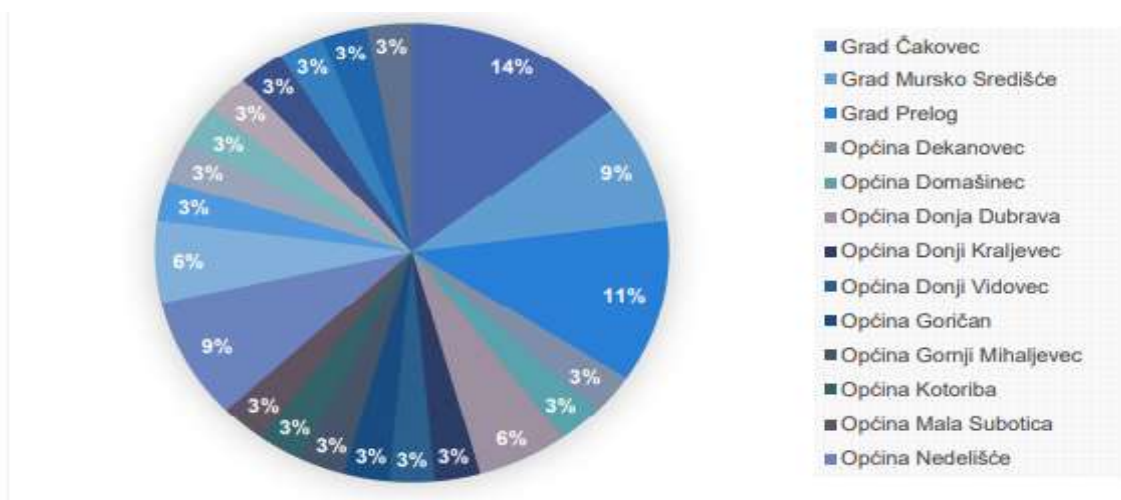
### 4.3. Rezultati istraživanje stavova nevladinih udruga u MŽ

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
<b>UKUPNO</b>	<b>35</b>	<b>100,00</b>

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 Vrtišinec.



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
<b>UKUPNO:</b>	<b>35</b>	<b>100,00</b>

Tablica 6-3 Upoznatost ispitanika s značenjem pojma DOP

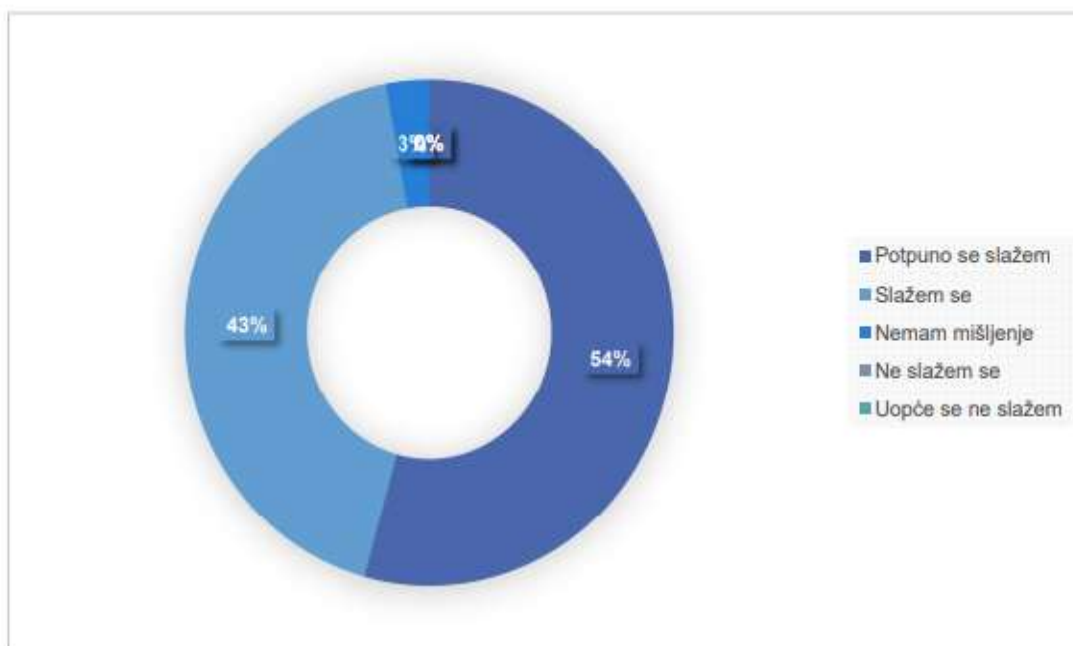
Analizom rezultata je utvrđeno kako 18 ispitanika (51,43%) u svom radu primjenjuje načela društveno odgovornog poslovanja, 7 ispitanika (20,00%) ne primjenjuje, dok 10 ispitanika (28,57%) nije moglo sa sigurnošću tvrditi da li njihova udruga u svom radu primjenjuje načela društveno odgovornog poslovanja.

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
<b>UKUPNO:</b>	<b>35</b>	<b>100,00</b>

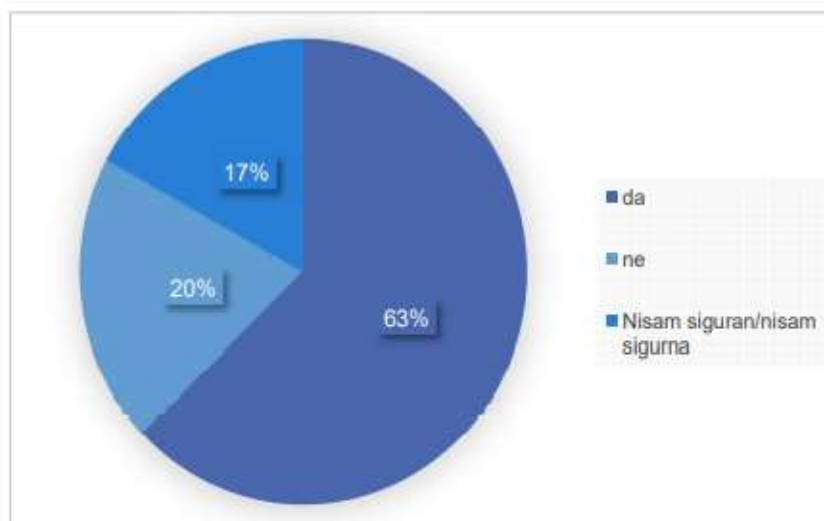
Tablica 6-5 Prikaz odgovora na pitanje vezano uz aktivnosti ispitanika u području DOP-a

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.

<b>„Razvoj turističkih proizvoda – ekomuzeja može pridonijeti daljnjem razvoju kontinentalnog turizma Međimurske županije“</b>	<b>Broj ispitanika</b>	<b>Postotak (%)</b>
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
<b>UKUPNO:</b>	<b>35</b>	<b>100,00</b>

*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.

<b>„Razvoj turističkih proizvoda – ekomuzeja može pridonijeti daljnjem razvoju imidža Međimurske županije“</b>	<b>Broj ispitanika</b>	<b>Postotak (%)</b>
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
<b>UKUPNO:</b>	<b>35</b>	<b>100,00</b>

*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
<b>UKUPNO:</b>	<b>25</b>	<b>100,00</b>

*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
<b>UKUPNO:</b>	<b>35</b>	<b>100,00</b>

*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
<b>UKUPNO:</b>	<b>35</b>	<b>100,00</b>

*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
<b>UKUPNO:</b>	<b>35</b>	<b>100,00</b>

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

#### 4.4. Rezultati istraživanje stavova dionika iz javnog sektora

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
<b>UKUPNO:</b>	<b>35</b>	<b>100,00</b>

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
<b>UKUPNO:</b>	<b>35</b>	<b>100,00</b>

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.

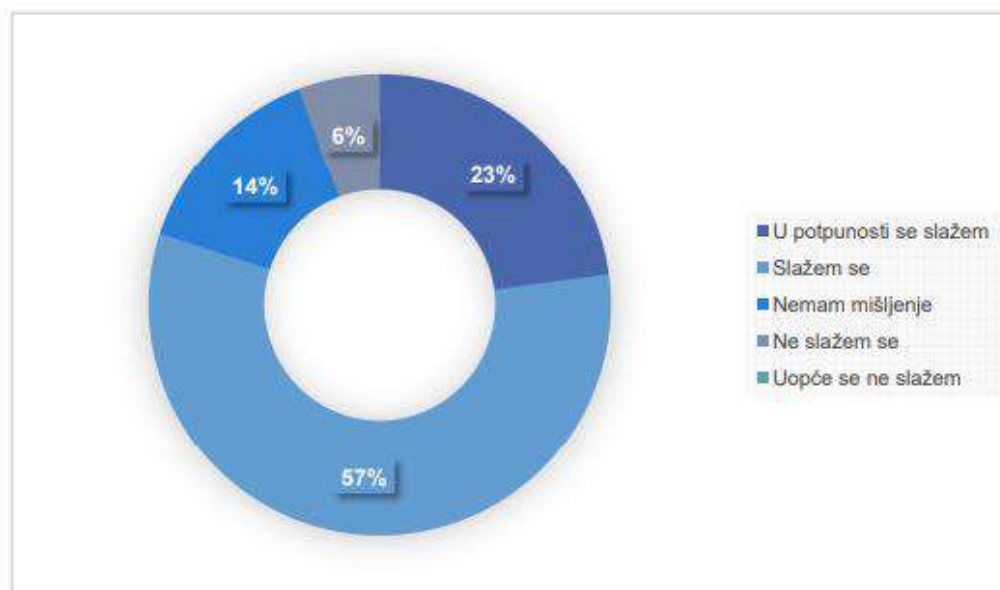
Od ukupnog broja ispitanika, njih 25 (71,43%) ima iskustva u vođenju odnosno sudjelovanju u projektima koji su od interesa po zajednicu u kojoj djeluju, četvero ispitanika ima iskustva u promicanju veće odgovornosti prema okolišu kroz vlastiti primjer djelovanja. Osim spomenutog, ispitanici su naveli i kako u poslovanju primjenjuju sve od spomenutog (2,86%).

<b>Prikaz aktivnosti institucija u području društveno odgovornog poslovanja</b>	<b>Broj ispitanika</b>	<b>Postotak (%)</b>
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
<b>UKUPNO:</b>	<b>35</b>	<b>100,00</b>

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

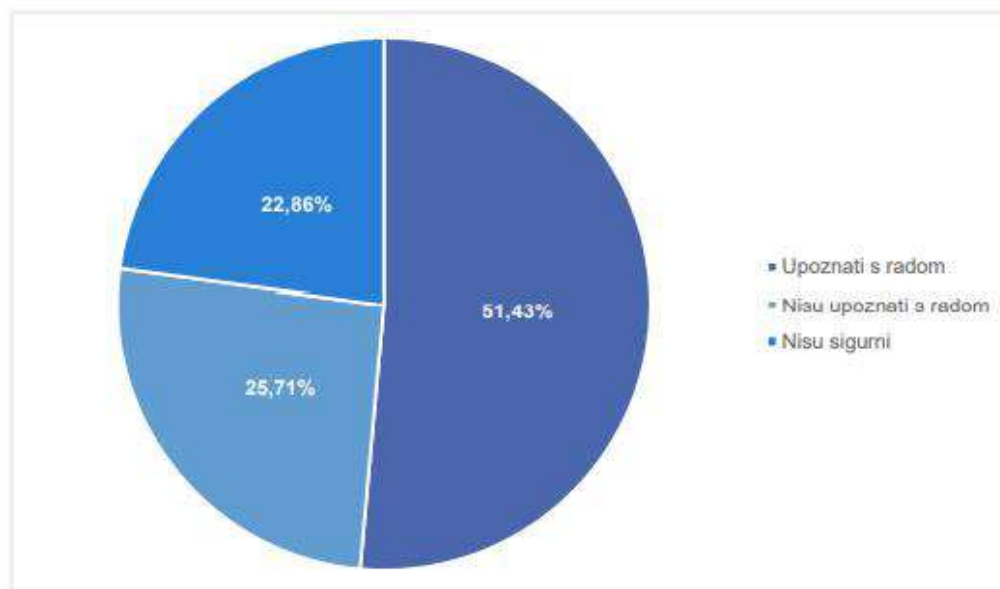
Ispitanici su u istraživanju trebali ocijeniti svoje slaganje s tvrdnjom „Međimurska županija koristi inovativan pristup u kreiranju turističke ponude za turiste“. Analizom rezultata dobivenih u istraživanju utvrđeno je kako se s ovom tvrdnjom u potpunosti složilo 8 ispitanika (22,86%) dodjeljujući joj 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%).



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
<b>UKUPNO:</b>	<b>35</b>	<b>100,00</b>

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
<b>UKUPNO:</b>	<b>35</b>	<b>100,00</b>

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
<b>UKUPNO:</b>	<b>35</b>	<b>100,00</b>

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
<b>UKUPNO:</b>	<b>35</b>	<b>100,00</b>

*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
<b>UKUPNO:</b>	<b>35</b>	<b>100,00</b>

*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
<b>UKUPNO:</b>	<b>35</b>	<b>100,00</b>

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
<b>UKUPNO:</b>	<b>35</b>	<b>100,00</b>

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

#### 4.5. Rezultati istraživanja stavova dionika iz poslovnog sektora

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
<b>UKUPNO</b>	<b>39</b>	<b>100,00</b>

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



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
<b>UKUPNO</b>	<b>39</b>	<b>100,00</b>

*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

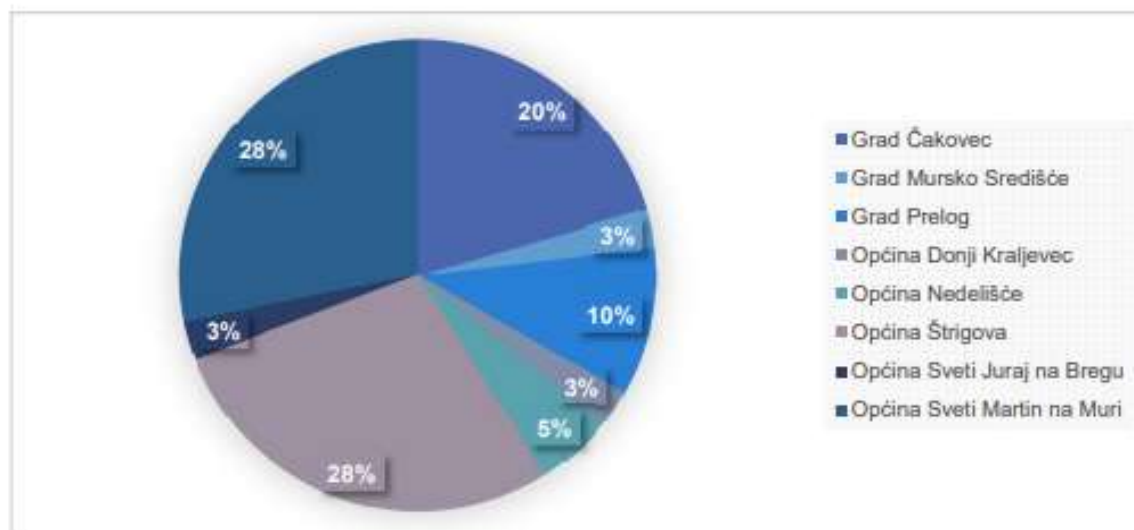
Potencijalan organizacijski oblik Ekomuzeja Međimurje	Broj ispitanika	Postotak (%)
Udruga	6	17,15
Mreža partnera	15	42,85
Institucija	14	40,00
Nešto drugo	2	5,71
<b>UKUPNO:</b>	<b>35</b>	<b>100,00</b>

*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
<b>UKUPNO:</b>	<b>35</b>	<b>100,00</b>

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

(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
<b>UKUPNO:</b>	<b>39</b>	<b>100,00</b>

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
<b>UKUPNO:</b>	<b>39</b>	<b>100,00</b>

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
<b>UKUPNO:</b>	<b>39</b>	<b>100,00</b>

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.



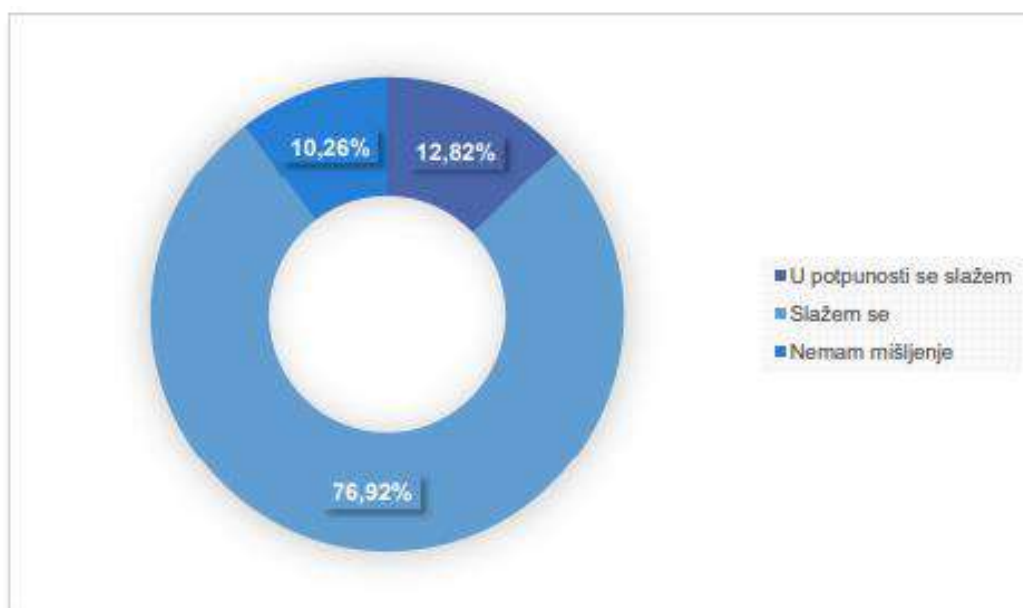
Od ukupnog broja ispitanika, njih 11 (28,11%) je izjavilo kako njihov poslovni subjekt potiče razvoj, širenje i primjenu tehnologija u poslovanju prihvatljivih za okoliš, 10 ispitanika (25,64%) programe obuke za zaposlenike kroz edukativne radionice i seminare, a 10 ispitanika (25,64%) vođenje, odnosno 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
<b>UKUPNO:</b>	<b>39</b>	<b>100,00</b>

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

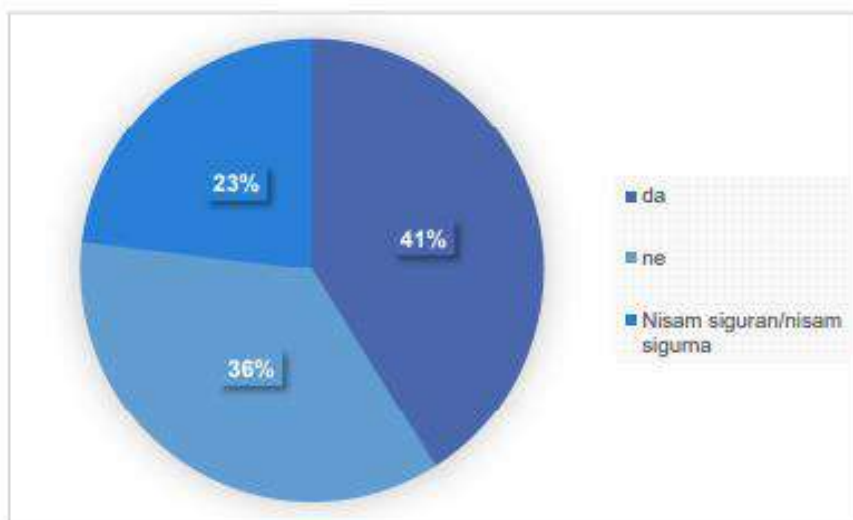
Ispitanici su u istraživanju trebali ocijeniti svoje slaganje s tvrdnjom „Međimurska županija koristi inovativan pristup u kreiranju turističke ponude za turiste“. Analizom rezultata dobivenih u istraživanju utvrđeno je kako se s ovom tvrdnjom u potpunosti složilo 5 ispitanika (12,82%) dodjeljujući joj 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.

<b>„Razvoj turističkih proizvoda – ekomuzeja može pridonijeti daljnjem razvoju kontinentalnog turizma Međimurske županije“</b>	<b>Broj ispitanika</b>	<b>Postotak (%)</b>
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
<b>UKUPNO:</b>	<b>39</b>	<b>100,00</b>

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

Ispitanici su u istraživanju trebali ocjeniti 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.

<b>„Razvoj turističkih proizvoda – ekomuzeja može pridonijeti daljnjem razvoju imidža Međimurske županije“.</b>	<b>Broj ispitanika</b>	<b>Postotak (%)</b>
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
<b>UKUPNO:</b>	<b>39</b>	<b>100,00</b>

*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
<b>UKUPNO:</b>	<b>25</b>	<b>100,00</b>

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
<b>UKUPNO:</b>	<b>15</b>	<b>100,00</b>

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
<b>UKUPNO:</b>	<b>39</b>	<b>100,00</b>

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



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
<b>UKUPNO:</b>	<b>39</b>	<b>100,00</b>

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
<b>UKUPNO:</b>	<b>39</b>	<b>100,00</b>

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

#### 4.6. Zaključci istraživanja stavova lokalne zajednice

Glavni ciljevi provedenog istraživanja bio je utvrditi postoji li povezanost između stavova ispitanika s područja Međimurske županije i njihove spremnosti da se uključe u daljnji razvoj projekta EMM te koji je najbolji organizacijski model daljnjeg djelovanja.

Istraživanje provedeno između prve grupe ispitanika - **predstavnik udruga** koje djeluju na području Međimurske županije pokazalo je kako je ova grupa **ispitanika izrazila spremnost na uključivanje u razvoj EMM (85,71%)**. Na pitanje „Na koji bi način Vaša udruga mogla sudjelovati u razvoju EMM 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 EMM 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 EMM.

Druga grupa ispitanika - **predstavnic javne uprave** s područja Međimurske županije - također je izrazila **spremnost na uključivanje u razvoj EMM (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 EMM 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 EMM po ispitanike bila bi institucija (40,00%), mreža partnera (42,85%) i udruga (17,14%). Od ukupnog broja ispitanika njih dvoje je naveo nešto drugo (5,71%).

Treća grupa ispitanika - **poslovni subjekti** koji svoju primarnu djelatnost obavljaju u domeni turističkih djelatnosti također su izrazili **spremnost na uključivanje u razvoj novog EMM (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 EMM (25,64%) te stupanj doprinosa razvoju zajednice (12,82%). Na pitanje „Na koji bi način Vaš poslovni subjekt mogao sudjelovati u razvoju EMM ispitanici su odgovorili pružanjem smještajnih (76,92%) te ugostiteljskih usluga (23,08%). Kao najprihvatljiviji organizacijski oblik EMM. Međimurje ispitanici su naveli mrežu partnera (74,36%), institucija (12,82%) te poslovni subjekt (12,82%).

**Ispitanici koji u svom poslovanju primjenjuju načela društvenog poslovanja** imaju pozitivniji stav o uključivanju u projekt razvoja EMM potrebno je bilo uzeti u obzir varijable vezano uz primjenu načela društveno odgovornog poslovanja te varijablu spremnosti na sudjelovanje u razvoju projekta EMM. 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 EMM**. 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 naveo kako u svom radu ne primjenjuju načela DOP-a. Ono što je zanimljivo jest činjenica kako je upravo tih 7 ispitanika naveo 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 EMM. Preostali broj ispitanika u ovoj grupi, njih 11 (31,43%) odgovorilo je kako nisu sigurni da li žele sudjelovati u razvoju EMM. Poslovni subjekti obuhvaćeni ovim istraživanjem u svom radu primjenjuju načela društveno odgovornog poslovanja (100,00%), te su izrazili spremnost na sudjelovanje u razvoju EMM (87,18%) kroz usluge u domeni turizma i ugostiteljstva, odnosno prezentiranjem prirodne, i etnografske baštine.

#### **Zaključci istraživanja:**

- **Dionici iz svih triju sektora u značajnom udjelu (80,48%) podupiru daljnji razvoj i rad EMM,**
- **Dionici su se izjasnili da je najkvalitetniji oblik organizacije EMM-a u 1. fazi razvoja - neformalna mreža partnera.**
- **Dionici koji u svom djelovanju primjenjuju načela društveno odgovornog poslovanja spremni su se u većoj mjeri uključiti u rad i razvoj EMM.**

## V. SWOT ANALIZA EMM

SWOT analiza omogućava jezgrovit uvid u interne „snage“ i „slabosti“, odnosno eksterne „prilike“ i „prijetnje“ koje određuju postojeću i buduću tržišnu poziciju EMM-a te uspostavljaju okvir njegova daljnjeg razvoja, a izvedena je na temelju zaključaka analize internog okruženja, analize tržišta, uz uvažavanje okvira koji proizlazi iz analize istraživanja stavova, zaključcima intervju s dionicima, kao i zaključcima provedene radionice s dionicima:

<b>Prostor, društvo, gospodarstvo, infrastruktura i okoliš</b>	<b>Snage</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• kompaktnost regije</li> <li>• geoprometni položaj</li> <li>• proaktivna regionalna i lokalna samouprava</li> <li>• izgrađenost komunalne infrastrukture i komunalna uređenost</li> <li>• organiziran sustav gospodarenja otpadom</li> <li>• izgrađenost i kvaliteta poduzetničkih potpornih institucija i transfera informacija</li> </ul>	<b>Slabosti</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• starosna struktura stanovništva</li> <li>• obrazovna struktura stanovništva</li> <li>• nedovoljna međusektorska povezanost dionika</li> <li>• smanjivanje tradicionalne poljoprivredne proizvodnje</li> <li>• nedostatak sustavnog rada s nositeljima baštine</li> <li>• nedovoljna izgrađenost sustava javnog prijevoza</li> <li>• loša željeznička povezanost</li> <li>• nerazvijeni programi cjeloživotnog učenja</li> </ul>
	<b>Prilike</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• blizina većih domaćih i inozemnih gradskih centara u okruženju</li> <li>• jačanje gospodarske snage i kupovne moći u regiji te očekivani rast turističke potražnje</li> <li>• izvori financiranja razvojnih projekata iz sredstava EU programa/fondova</li> <li>• rast gospodarstva Županije</li> <li>• jačanje obrazovnih institucija i programa</li> <li>• rast potražnje za eko i biodinamičkim poljoprivrednim proizvodima</li> <li>• ukidanje šengenske granice</li> </ul>	<b>Prijetnje</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• nedostatak institucionalne i stručne podrške u pristupanju izvorima financiranja pri ulaganju u kulturu i turizam</li> <li>• slabljenje interes mladih za prijenos „starih“ znanja i običaja</li> <li>• odljev kvalitetne radne snage</li> </ul>

	<b>Snage</b>	<b>Slabosti</b>
<b>Turističke atrakcije</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• raznolikost i ljepota krajolika</li> <li>• UNESCO regionalni park Mura - Drava</li> <li>• nacionalno značajna baština obitelji Zrinski</li> <li>• bogata nematerijalna UNESCO baština</li> <li>• očuvana autentična gastronomija</li> <li>• očuvano nasljeđe antropozofa R. Steinera</li> <li>• kvalitetne mreže biciklističkih staza i umreženost s međunarodnim sustavima</li> <li>• kvalitetna vinska cesta</li> <li>• kvalitetna <i>wellness</i> i sportska infrastruktura</li> <li>• visoka koncentracija i blizina sadržaja</li> <li>• profilirane manifestacije</li> <li>• uređeni interpretacijski centri</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• nedostatak snažno diferencirajuće atrakcijske točke</li> <li>• nedovoljno razvijena infrastruktura i destinacijski lanac vrijednosti ruralnog turizma</li> <li>• nedovoljna razina turističke valorizacije resursno-atrakcijske osnove</li> </ul>
	<b>Prilike</b>	<b>Prijetnje</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• EU programi/fondovi za projekte turistifikacije resursno-atrakcijske osnove</li> <li>• preferencija „novih“ turista za okolišno očuvanim i baštinski autentičnim destinacijama</li> <li>• potraga za „novim“ iskustvima</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• nedovoljna financijska, kadrovska i organizacijska snaga dionika za pokretanje turistifikacije resursa</li> <li>• nedovoljno poticanje/edukacija potencijalnih poduzetnika za transformaciju resursa u atrakcije</li> <li>• nedostatak financijskih resursa za korištenje EU projekte</li> <li>• neriješeno vlasništvo nad objektima/artefaktima</li> </ul>
	<b>Snage</b>	<b>Slabosti</b>
<b>Turistička suprastruktura</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• kvaliteta raspoloživih smještajnih objekata</li> <li>• kvaliteta usluga u smještajnim objektima</li> <li>• prepoznatljivost gastroponude - nacionalno nagrađivani restorani</li> <li>• definirani <i>incoming</i> programi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• nerazvijena ponuda ruralnog - stacionarnog - turizma</li> <li>• nedostatak kamping ponude</li> <li>• nedostatak ponude manjih smještajnih/hotelskih objekata visoko personalizirane usluge i autentičnog ambijenta</li> <li>• ekonomska snaga <i>incoming</i> agencija</li> <li>• nedovoljna razvijenost trgovačke ponude usmjerene prema turistima</li> </ul>



	<b>Prilike</b>	<b>Prijetnje</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• unapređenje imidža i rastuća atraktivnost Hrvatske kao destinacije kulturnog turizma</li> <li>• EU fondovi/programi za obnovu baštine i poticanje malog i srednjeg poduzetništva</li> <li>• segmentacija tržišta</li> <li>• rast interesa za kulturni turizam</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• nepovoljna investicijska klima u Hrvatskoj</li> <li>• nedostatak institucionalne i stručne podrške u pristupanju (posebice EU) izvorima financiranja</li> <li>• brži razvoj konkurentne ponude u okruženju</li> <li>• nedovoljna fokusiranost RH na razvoja kontinentalnog turizma</li> <li>• nedostatak financijskih resursa za EU projekte</li> <li>• neriješeno vlasništvo nad objektima/zemljom/baštinom</li> </ul>
	<b>Snage</b>	<b>Slabosti</b>
<b>Upravljanje destinacijom</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• turizam prihvaćen kao strateško usmjerenje MŽ</li> <li>• konkurentno pozicioniranje vodećih smještajnih objekata (zdravlje, sport, MICE)</li> <li>• aktivna TZMŽ te sustav turističke zajednice gradova i općina</li> <li>• razvijeni pojedini elementi suvremene turističke promocije</li> <li>• izražena sposobnost povlačenja EU fondova/programa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• kadrovska i financijska potkapacitiranost dionika</li> <li>• nedovoljna sredstva za promociju</li> <li>• nedovoljna „turistička“ orijentacija dionika</li> <li>• nedovoljna povezanost i suradnja dionika</li> <li>• nedovoljna informiranost dionika o mogućnostima potpomognutog ulaganja</li> <li>• nedovoljno razumijevanje suvremenih trendova u turizmu</li> <li>• raspoloživost financijskih, kadrovskih i organizacijskih resursa za pokretanje većih projekata</li> <li>• prepoznatljivost pojedinih lokaliteta</li> </ul>
	<b>Prilike</b>	<b>Prijetnje</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• očekivana zakonska regulativa i/ili definiranje sustava destinacijskog menadžmenta u Hrvatskoj</li> <li>• destinacijsko brendiranje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• nedovoljno razvijena praksa i sustav destinacijskog upravljanja u Hrvatskoj</li> <li>• niska prepoznatljivost Županije izvan nacionalnog okvira</li> </ul>

## 6. RASPOLOŽIVA RESURSNO-ATRAKCIJSKA OSNOVA EMM

### 6.1. Ocjena resursno-atrakcijske osnove EMM-a s prijedlozima potrebnih intervencija za unapređenja zaštite i tržišne spremnosti baštinskih lokaliteta

Resursi/Atrakcije	Važnost/ Tržišna spremnost	Prijedlog intervencija za unapređenja
<b>Reljef</b>		
<b>Gornje Međimurje</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- blago brežuljkasti, slikovit krajolik; visina <i>gorica</i> do 350 m</li> <li>- rijeka Mura; Regionalni park Mura - Drava (UNESCO, NATURA 2000)</li> <li>- središte vinarstva, autohtona sorta Pušipel</li> <li>- Međimurska vinska cesta</li> <li>- Mura - Drava i druge biciklističke staze</li> <li>- toplice Sv. Martin na Muri</li> </ul>	<p>Međunarodna/ Spremna</p>	<p>Prostornim planiranjem ograničiti izgradnju ravnih krovova i konvencionalnih bazena izvan stambenih naselja</p>
<b>Donje Međimurje</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- nizinski mozaični krajolik šuma, livada, obrađenih polja</li> <li>- rijeka Drava; Regionalni park Mura - Drava (UNESCO, NATURA 2000)</li> <li>- akumulacijska jezera</li> <li>- Mura - Drava Bike i druge biciklističke staze</li> <li>- termalni izvori u Draškovcu</li> </ul>	<p>Međunarodna/ Poluspremna</p>	
<b>Rijeke</b>		
<b>Mura</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- zaštićena kao „značajan krajobraz“</li> <li>- dio Regionalnog parka Mura- Drava, dio UNESCO-ova rezervata biosfere i dio mreže NATURA 2000</li> <li>- Mura - Drava Bike i druge biciklističke staze</li> </ul>	<p>Međunarodna/ Spremna</p>	<p>Urediti pristane i lučice te spremišta za nautičke rekreativne aktivnosti, reaktivirati event Spust murskih ladji</p>

Resursi/Atrakcije	Važnost/ Tržišna spremnost	Prijedlog intervencija za unapređenja
<b>Drava</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- dio Regionalnog parka Mura - Drava, dio UNESCO-ova rezervata biosfere i dio mreže NATURA 2000</li> <li>- Mura - Drava Bike i druge biciklističke staze</li> <li>- ribolov, plovidba, ispiranje zlata</li> </ul>	<p>Međunarodna/ Poluspremna</p>	<p>Urediti pristan za ukrcaj i iskrcaj na obali kod Sv. Marije i Donje Dubrave</p>
<b>Jezer</b>		
<b>Akumulacijska jezera na Dravi</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Varaždinsko - 10 km<sup>2</sup>, ribolov, sportovi na vodi, staze</li> <li>- Dubravsko - 17 km<sup>2</sup>, ribolov, sportovi na vodi, staze</li> </ul>	<p>Regionalna/ Poluspremna</p>	<p>Nabaviti čamac kapaciteta do 30 osoba na električni pogon za „kruzing“ po jezeru</p>
<b>Zaštićena prirodna baština</b>		
<b>Regionalni park Mura - Drava (dio UNESCO-ova rezervata biosfere Mura - Drava - Dunav, dio NATURA 2000)</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- staništa migracijskih ptica</li> <li>- Mura - Drava Bike i druge biciklističke staze</li> <li>- ribolov</li> </ul>	<p>Međunarodna/ Spremna</p>	
<b>Značajni krajobraz rijeke Mure (dio Regionalnog parka Mura - Drava, dio NATURA 2000)</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- vlažna staništa i bogata fauna</li> <li>- biciklističke staze</li> </ul>	<p>Regionalna/ Spremna</p>	<p>JU i Skupština MŽ treba usvojiti Pravilnik o unutarnjem redu zaštićenih područja</p>
<b>Spomenik prirode Bedekovićeve grabe (dio NATURA 2000)</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- stanište kritično ugroženih leptira (veliki zagasiti livadni plavac)</li> </ul>	<p>Regionalna/ Poluspremna</p>	
<b>Spomenik parkovne arhitekture Perivoj Zrinskih (Čakovec)</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Stari grad Zrinskih</li> <li>- šetnice</li> </ul>	<p>Međunarodna (u sklopu sa Starim gradom)/ Spremna</p>	<p>Odrediti i urediti „piknik“ zonu</p>



Resursi/Atraksije	Važnost/ Tržišna spremnost	Prijedlog intervencija za unapređenja
<b>Zaštićena materijalna kulturno-povijesna baština</b>		
<b>Čakovec - kulturno-povijesna cjelina grada</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Stari grad Zrinskih s perivojem</li> <li>– povijesna jezgra</li> <li>– Muzej Međimurja</li> <li>– više manifestacija (Porcijunkulovo, Fašnik)</li> </ul>	Nacionalna/ Spremna	Kreirati i lansirati na tržište living history programe
<b>Stari gradovi i dvorci</b>	Stari grad Zrinskih - Međunarodna/ Poluspremna	Lansirati na tržište postojeći living history program
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Stari grad Zrinskih (Čakovec) - Muzej Međimurja</li> <li>– Dvorac Feštetić (Pribislavec) - osnovna škola</li> </ul>	Dvorac Feštetić- Lokalna/ Nespremna	Urediti dvorac Feštetić u IC Međimurske gastronomije
<b>Sakralna baština</b>	kapela sv. Jelene - Regionalna/ Poluspremna	Urediti okoliš za sv. Jelenu i IC za crkvu sv. Jeronima,
<ul style="list-style-type: none"> <li>– kapela sv. Jelene u Šenkovcu</li> <li>– crkva sv. Jeronima u Štrigovi</li> <li>– oko 30 drugih pojedinačnih objekata</li> </ul>	crkva sv. Jeronima - Regionalna/ Poluspremna	Osmisliti programe posjećivanja sakralne baštine
<b>Zaštićena nematerijalna kulturno-povijesna baština</b>		
<b>Međimurska popevka - UNESCO baština</b>	Nacionalna/ Poluspremna	Organizirati prezentaciju na međunarodno relevantnom „sajmu“ glazbe Urediti IC
<ul style="list-style-type: none"> <li>– istaknuti etnomuzikolozi i glazbenici (Vinko Žganec, Josip Štolcer Slavenski, teta Liza, Žiga Međimurski, Lidija Bajuk, Marija Vidović...)</li> </ul>		
<b>Medičarski obrt sjeverozapadne Hrvatske - UNESCO baština</b>	Nacionalna/ Poluspremna	Urediti postav o medičarstvu u jedan od IC
<b>Izrada tradicijskih drvenih dječjih igračaka sjeverozapadne Hrvatske - UNESCO baština</b>	Nacionalna/ Nespremna	Identificirati/inicirati nositelja baštine

Resursi/Atraksije	Važnost/ Tržišna spremnost	Prijedlog intervencija za unapređenja
<b>Tradicijsko lončarstvo sjeverozapadne Hrvatske - UNESCO baština</b>	Nacionalna/ Poluspremna	Uspostaviti model za osiguravanje ekonomske održivosti zanata/vještina, povećanje broja nositelja
<b>Izrada kinča i božićnih ukrasa i jaslica</b> - dio postava u Riznici Međimurja, aktivna udruga u Podbrestu	Regionalna/ Poluspremna	
<b>Čipkarstvo (Sveta Marija)</b> - aktivna udruga i zbirka u Sv. Mariji - dio postava u Riznici Međimurja	Regionalna/ Poluspremna	
<b>Izrada pokladnih maski</b> - pikači (Selnica), lafre (Turčišće), čaple (Podturen) - aktivne udruge i pojedinci	Regionalna/ Poluspremna	Osmisliti model uključivanja u ponudu living history programa
<b>Izrada i sviranje cimbala</b> - 3-4 aktivna svirača/nositelja baštine	Regionalna/ Poluspremna	Organizirati specijalizirani event/festival
<b>Grupe kotoripskog i štrigovskog govora</b> - dio postava Riznice Međimurja	Regionalna/ Nespremna	Poticati uključivanje u različite evente
<b>Izrada cekara i predmeta od kukuruzne komušine (Nedelišće)</b> - aktivne nositeljice baštine	Regionalna/ Poluspremna	Izgradnja i opremanje IC
<b>Ispiranje zlata (Donji Vidovec)</b> - djelomično izgrađen objekt IC - demonstracije vještine na rijeci	Regionalna/ Poluspremna	Izgradnja i opremanje IC
<b>Ukrašavanje „crnih jajca“ (Donja Dubrava)</b>	Regionalna/ Poluspremna	Povećanje broja nositelja baštine
<b>Tradicija lovstva (Međimurje)</b> - Lovački savez MŽ - nositelj baštine	Regionalna/ Poluspremna	Promocija pozitivnih aspekata
<b>Skelarenje na rijeci Muri (Sv.Martin na Muri, Mursko Središće, Križovec, Podturen, Novakovec)</b> - IC u Sv.Martinu, 6 aktivnih skelara	Regionalna/ Poluspremna	Zaštita zanata pri Min. kulture, povezivanje s prekograničnim bike rutama

Resursi/Atrakcije	Važnost/ Tržišna spremnost	Prijedlog intervencija za unapređenja
<b>Svetomarska toponimija (Sv. Marija)</b> - dio postava u Riznici Međimurja	Regionalna/ Nespremna	Publiciranje i promocija
<b>Vještina izrade Međimurske gibanice</b> - 15-ak restorana kao nositelji baštine i ponude	Regionalna/ Poluspremna	Zaštita pri Min. kulture, iniciranje festivala, uključivanje u postav u Feštetiću
<b>Ostala kultura života i rada</b>		
<b>Enogastronomija</b>		
- vina - autohtona sorta Pušipel; Međimurska vinska cesta - tipična jela - <i>trganci</i> , sir <i>turoš</i> , jela od grahorica i kaše, <i>pretepena juha</i> , <i>meso z tiblice</i> , <i>međimurska gibanica</i> , <i>zlevke</i>	Nacionalna/ Spremna	Opremanje IC, uređenje interpretacijskih kutaka u restoranima
<b>Legende i priče</b> - zmajevi ( <i>pozoji</i> ) - Murska dekla - Pesjanek - dravsko čudovište	Regionalna/ Poluspremni	Kreiranje living history programa i uključivanje u ponudu komercijalnih turistički dionika
<b>Kulturne ustanove</b>		
<b>Muzej Međimurja (Čakovec)</b> - više stalnih zbiraka (uključujući dislociranu Memorijalnu zbirku Ladislava Kralja Međimurca), izložbe - stručna vodstva, radionice, etnoprođavaonica	Nacionalna/ Spremna	Obnova palače i dijela bedema fortifikacije Starog grada, proširenje postava
<b>Riznica Međimurja (Čakovec)</b> - postav Minijature - nematerijalna baština - postav Stoljeća utvrde -povijest razvoja fortifikacije - kvalitetna suvenirnica	Međunarodna/ Spremna	Promocija i pozicioniranje među vodeće multimedijalne muzeje u RH

Resursi/Atrakcije	Važnost/ Tržišna spremnost	Prijedlog intervencija za unapređenja
<p><b>Muzej Croata insulanus (Prelog)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- stalni postav naivne umjetnosti te više stalnih zbirki (keramika, veziva, moderna umjetnost), izložbe</li> </ul> <p>❖ trenutno nije dionik EMM</p>	Regionalna/ Spremna	<p>Modernizacija postava multimedijalnom opremom i aplikacijama</p> <p>Uključivanje u EMM</p>
<b>Posjetiteljska i interpretacijska infrastruktura na baštinskim lokalitetima EMM-a</b>		
<p><b>CP Ekomuzej Međimurje (Čakovec)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- uređen multimedijalni postav,</li> <li>- djeluje TIC</li> </ul>	Regionalna/ Spremna	Opremanje postava proširenom (AR) stvarnošću
<p><b>Arheološki park Nekropola pod tumulima (Goričan)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- rekonstruirani tumuli i šetnica</li> </ul>	Regionalna/ Poluspremna	Izgradnja i opremanje IC
<p><b>IC Mlin na Muri (Žabnik)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- rekonstruiran mlin, skela, mlinarska kuća</li> <li>- uređen multimedijalni postav</li> <li>- uređena poučna i biciklistička staza</li> <li>- djeluje (sezonski) ugostiteljska ponuda</li> <li>- uređeno izletište</li> </ul>	Regionalna/ Spremna	Porast ljudskih kapaciteta, osiguravanje stalne ugostiteljske ponude
<p><b>IC Skelarska kuća (Sv. Martin na Muri)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- rekonstruirana skela, objekt skelarske kuće</li> <li>- uređen izložbeni postav</li> </ul>	Regionalna/ Spremna	Zaštita zanata pri Min. kulture
<p><b>IC dr. Rudolfa Steinera (Donji Kraljevec)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- izložbe, predavanja, radionice</li> </ul>	Međunarodna/ Spremna	<p>Opremanje postava VR interpretacijom</p> <p>Izgradnja IC Svjetski centar R.</p>



Resursi/Atraksije	Važnost/ Tržišna spremnost	Prijedlog intervencija za unapređenja
		Steiner
<b>IC Svjetski centar Pušipela (Štrigova)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- suvremeno uređen objekt centra</li> <li>- izrađen interpretacijski koncept</li> </ul>	Regionalna/ Nespremna	Opremanje multimedijalnog postava
<b>IC Dravski zlatari (Donji Vidovec)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- demonstracija ispiranje zlata na Dravi</li> <li>- interpretacijski centar u izgradnji</li> </ul>	Regionalna/ Poluspremna	Dovršetak objekta i opremanje multimedijalnog postava
<b>Lokalitet „1. naftno polje“ (Peklenica)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- uređen i obilježen lokalitet industrijske baštine</li> </ul>	Regionalna/ Poluspremna	Kreiranje i lansiranje living history programa, uređenje parkinga
<b>IC Med dvema vodama (Križovec)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- atraktivni postav o prirodnoj baštini</li> </ul>	Regionalna/ Spremna	Uvođenje ugostiteljskih sadržaja
<b>IC Matulov grunt (Frkanovec)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- obnovljena tradicijska kuća s prešom, rezidencijalni objekt za umjetnike</li> </ul>	Regionalna/ Spremna	Promocija tradicijske graditeljske baštine
<b>IC Grada Preloga (Prelog)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Idejni projekt uređenja</li> </ul>	Regionalna/ Nespremna	Uređenje i opremanje IC
<b>PC Vidikovac Mađerkin breg (Štrigova)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- aktivni TIC i vidikovac</li> <li>- ugostiteljski sadržaj (sezonski)</li> </ul>	Regionalna/ Spremna	Opremanje s orguljama na vjetar, izgradnja zip linea
<b>IC Palača međimurske popevke</b>	Regionalna/ Nespremna	Uređenje i opremanje IC
<b>Horvatova kovačnica (Gornji Hrašćan)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- originalni objekt kovačnice i alat</li> </ul>	Regionalna/ Poluspremna	Osiguravanje
<b>Kovačnica (Donja Dubrava)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- originalni objekt kovačnice i alat</li> </ul>	Regionalna/ Poluspremna	stalne dostupnosti za posjetitelje i kreiranje living history programa
<b>Zbirka Štrekari (Dunjkovec)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zbirka predmeta pružnih radnika</li> </ul>	Regionalna/ Poluspremna	

Resursi/Atrakcije	Važnost/ Tržišna spremnost	Prijedlog intervencija za unapređenja
<b>Etno zbirka Trstenjak (Marof)</b> - zbirka lončarstva, tekstila, alata	Regionalna/ Spremna	Poboljšanje uvjeta čuvanja tekstilne zbirke
<b>Labirinti (Badličan)</b> – 9 labirinata u šumi <b>Nije dio EMM-a</b>	Regionalna/ Poluspremna	Čišćenje i obnova labirinata, obnova iterpret. Ploča
<b>IC Cimper (Mursko Središće)</b> - zbirka rudarske opreme i dokumenata	Nacionalna/ Nespremna	Osigurati stalnu dostupnost, daljnje opremanje AR
<b>Zbirka oldtimer vozila Šardi (Selnica)</b> – obilazak uz prethodnu najavu	Regionalna/ Poluspremna	Osiguravanje stalne dostupnosti, kreiranje living history programa
<b>Bohnecov grunt (Donji Hrašćan)</b>	Regionalna/ Spremna	Osiguravanje stalne dostupnosti, living history program
<b>Etno selo Črečan</b> - 10-tak relativno dobro očuvanih tradicijskih kuća s početka 20.st.	Regionalna/ Poluspremna	Izrada studije /programa revitalizacije graditeljskog nasljeđa i organizacije difuznog hotela
<b>Važnije manifestacije</b>		

Resursi/Atrakcije	Važnost/ Tržišna spremnost	Prijedlog intervencija za unapređenja
<p><b>Manifestacije vezane uz vino</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vincekov pohod (Štrigova)</li> <li>- Urbanovo (Štrigova, Sv. Urban)</li> <li>- Martinje (više lokacija)</li> </ul>	<p>Vincekov pohod -</p> <p>Međunarodna/Sp remna</p> <p>Urbanovo -</p> <p>Međunarodna/Sp remna</p> <p>Martinje -</p> <p>Regionalna/Spre mna</p>	<p>Jačanje kvalitete sadržaja i daljnja promocija</p>
<p><b>Tradicijske manifestacije</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Međimurski fašnik (više lokacija i centralni Čakovec)</li> <li>- Dani šibe i ribe (Kotoriba)</li> <li>- Porcijunkulovo (Čakovec)</li> </ul>	<p>Fašnik - Regionalna/Spre mna</p> <p>Dani šibe i ribe - Regionalna/Nespre mna</p> <p>Porcijunkulovo Međunarodna/Sp remna</p> <p>Porcijunkulovo - Regionalna/Spre mna</p>	<p>„Resetiranje“ sadržaja Fašnika i Porcijukolova te pozicioniranje kao centralnih manifestacija međimurske tradicijske baštine odnosno EMM-a</p>
<p><b>Kulinarske manifestacije</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bakini kolači (Čakovec)</li> </ul>	<p>Regionalna/Poluspre mna</p>	<p>Kreiranje programa i iniciranje održavanja fesitvala: Međimurske gibanice, Mesa z tiblice, Kuhinje dvora Zrinskih</p>
<p><b>Važniji zdravstveno-turistički i sportsko-rekreacijski objekti</b></p>		
<p><b>Terme Sv. Martin (Toplice Sveti Martin)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>wellness</i>-centar, <i>bauty</i>-centar, Lumbalis poliklinika</li> <li>- brojni paketi</li> </ul> <p><b>Gimnastički centar ATON (Nedelišće)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2 dvorane</li> <li>- hostel</li> </ul>	<p>Međunarodna/Spre mna</p> <p>Međunarodna/Spre mna</p>	<p>Poboljšanje promocije EMM-a među gostima hotela i obiteljskih smještaja</p>

Resursi/Atraksije	Važnost/ Tržišna spremnost	Prijedlog intervencija za unapređenja
<ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>fitness</i>-centar, <i>wellness</i>-centar</li> <li>– pripreme sportaša</li> </ul>		
<b>SRC Mladost (Čakovec)</b>	Međunarodna/ Poluspremna	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– 5 zatvorenih i 3 otvorena bazena</li> <li>– stadion, streljana, kuglana,</li> <li>– mnogobrojni sportski event</li> </ul>		
<b>Sportsko-rekreacijski centar DG Sport (Prelog)</b>	Nacionalna/ Spremna	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– hotel i restoran</li> <li>– 2 zatvorene dvorane</li> <li>– vanjski tereni</li> <li>– rekreacija osoba s invaliditetom</li> <li>– sportske pripreme</li> </ul>		
<b>Adrenalinski centar ACCREDO (Lopatinec)</b>	Regionalna/ Spremna	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>paintball</i>, streličarstvo, zorbing, penjanje na stijeni</li> <li>– <i>team building</i> programi, školski izleti</li> </ul>		
<b>Sportsko-rekreacijska zona Prelog</b>	Međunarodna/ Nespremna	Nabava električnog brodića za „kruzing“ po jezeru
<ul style="list-style-type: none"> <li>– kamp, ugostiteljska ponuda</li> <li>– šetalište, lučica, vanjski fitness</li> </ul>		
<b>Turističke staze i ceste</b>		
<b>Biciklističke staze</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>– 11 staza diljem županije, pretežito trasirane na asfaltiranim cestama s malom frekvencijom prometa ili na održanim šljunčanim putovima</li> <li>– kružne županijske staze (Pušipelova, Martinska, Steinerova....)</li> <li>– staze su obilježene, bicikli se iznajmljuju na više punktova</li> </ul>	Međunarodna/ Spremna	Uspostavljanje mreže električnih bicikala i opremanje odmorišta s besplatnim punjačima
<b>Međimurski planinarski put</b>	Regionalna/ Spremna	Poboljšati promociju
<ul style="list-style-type: none"> <li>– ruta Čakovec - Štrigova, najviši vrh Mohokos (344 m), markiran</li> <li>– pitomost pejzaža, slikovite Međimurske gorice,</li> </ul>		



Resursi/Atrakcije	Važnost/ Tržišna spremnost	Prijedlog intervencija za unapređenja
<p><b>Međimurska vinska cesta</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– oko 30 km, kroz 1000 ha vinograda, oko 30 vinara</li> <li>– pretežito kušanje za grupe, manja ponuda hrane, smještaj</li> <li>– označena smeđom signalizacijom</li> </ul>	Međunarodna/  Spremna	Podizanje kvalitete usluga, profesionalnizacija upravljanja i marketinga, uvezivanje sadržaja EMM u ponudu
<p><b>Svetomartinska mura</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– povezuje niz točaka na tzv. Mlinarskom gruntu, dug 5,5 km</li> <li>– opremljen interpretacijskim tablama</li> </ul>	Regionalna/  Spremna	Promocija
<p><b>Vrata Pažuta (Donja Dubrava)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- označena pješačka staza uz rijeku Dravu u dužini 2 km</li> </ul>	Regionalna spremna	Promocija
<p><b>Mreža pješačkih staza</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- postoji plan rutiranja staza</li> </ul>	Regionalna/  Nespremna	Provesti označavanje i uređenje odmorišta

## 6.2. Pregled postojeće posjetiteljske i interpretacijske infrastrukture

U razdoblju 2016-2021. potpuno ili djelomično su uređeni slijedeći EMM baštinski lokaliteti:

- **Centar za posjetitelje Ekomuzej Međimurje** u objektu Međimurska palača turizma u Čakovcu kao centralni visitor centar EMM-a koji daje cjelovitu sliku baštinskih lokaliteta i njihove ponude te motivira goste na obilazak širom Međimurja, vrijednost projekta 6 mil. kn. Centar je u potpunosti funkcionalan i prima goste, uz centar djeluje TIC TZMŽ i biciklističko odmorište.



- **Arheološki park Nekropola pod tumulima Goričan**, interpretacija arheološke baštine – investitor Općina Goričan- sufinancirano iz projekta Interreg SI-HR Buđenje i Ministarstva turizma, vrijednosti 2 mil. kn.



- **Interpretacijski centar Skelarska kuća** – interpretacija UNESCO prirodne baštine, investitor Općina Sv. Martin na Muri- sufinancirano od Ministarstva turizma, vrijednost 1,5 mil. Kn.





- **Interpretacijski centar Med dvema vodama u Križovcu** , interpretacija UNESCO prirodne baštine investitor Javna stanova za zaštićenu prirodu MŽ, sufinanciran iz OP Konkurentnost i kohezija, vrijednosti 9. mil.kn



- **Interpretacijski centar Matulov grunt u Frkanovcu** – interpretacija prirodne baštine investitor MŽ, sufinanciran iz OP Konkurentnost i kohezija, vrijednosti 3 mil.kn



- **Centra za posjetitelje Međimurske vinske ceste „Svjetski centar Pušipela“ 1. faza**, interpretacija enogastronomske baštine, investitor Općina Štrigova, sufinancirao iz OP Ruralni razvoj Mjera 7.4.1. 10,5 mil. kn



- **Muzeja nematerijalne baštine „Riznica“ Međimurja** u Čakovcu, interpretacija nematerijalne baštine, investitor MŽ i Muzej Međimurja Čakovec, sufinanciran iz EU OP Konkurentnost i kohezija, vrijednost 55 mil.kn





- **Centar za interpretaciju „Mlinarov grunt“ Žabnik**, interpretacija ruralne graditeljske baštine i mlinarskog zanata, investitor Općina Sv. Martin na Muri, sufinancirano iz OP Interreg HU/HR i Mints. vrijednosti 2,5 mil.kn



- **Centar za posjetitelje dr. Rudolf Steiner Donji Kraljevec**, interpretacija života i dijela dr. R. Steinera, investitor JU R. Steiner, sufinancirano iz OP za ruralni razvoj i Interreg HU/HR vrijednosti 0,5 mil. kn.



- **Centar za interpretaciju „Cimper“ Mursko Središće** 1. faza, interpretacija industrijske/tehničke (rudarske) baštine, investitor Grad Mursko Središće , sufinancirano iz OP Interreg HU/HR, vrijednost 2 mil. kn



- **Centara za interpretaciju „Dravski zlatari“ u Donje Vidovcu**, 1. faza (izgradnja u tijeku), interpretacija nematerijalne kulturne baštine ispiranja zlata, investitor Općina Donji Vidovec – sufinancirano iz Interreg HU/HR i Ministarstva turizma, vrijednost 3 mil.kn (ukupna vrijednost investicije cca 11 mil. kn)





## VII. MISIJA, VIZIJA CILJEVI

### Opća načela razvoja i djelovanja EMM-a

- Ekomuzej Međimurje je dinamičan proces kojim međimurska lokalna zajednica valorizira, čuva, interpretira i upravlja svojom baštinom za održivi razvoj;
- Održivi razvoj kao fokus djelovanja EMM implicira povećanje postojeće i kreiranje dodane vrijednosti mjesta, umjesto njezina smanjivanja pod utjecajem promjena koje se događaju u suvremenom svijetu;
- Usredotočen je na identitet Međimurja kao jedinstvene i prepoznatljive regije u okviru Republike Hrvatske
  - EMM je usredotočen i na osvještavanje odnosa međimorskog čovjeka prema prirodnom i društvenom okruženju u kojem živi, a utemeljen je na lokalnoj participaciji s ciljem poboljšanja dobrobiti i razvoja lokalne zajednice;
  - Središte interesa EMM je interdisciplinarna interpretacija ukupne međimurske baštine, jednako prirodne i kulturne, kao i materijalne i nematerijalne jer je interpretacija specifičnog ovdašnjeg nasljeđa srž EMM-a;
  - EMM nije fiksni, statični kulturni proizvod u kojem se govori specijalističkim diskursom, već dinamičan kulturno-socijalni proces koji govori svima razumljivim jezikom i ima vidljive, prepoznatljive rezultate u zajednici;
  - Rezultat ovog novog pristupa kojega promiče i živi EMM zadovoljstvo je i kvalitetniji život svih građana Međimurja.

### Temeljne izjave EMM-a

#### Poslanje EMM-a

EMM je dinamičan proces kojim međimurska zajednica, jednako onaj njezin dio koji živi u županiji, kao i onaj raseljeni, čuva, interpretira i upravlja svojom ukupnom baštinom za održivi razvoj. Svojim bogatim i raznolikim stručnim, interpretacijskim, izložbenim, edukacijskim i zabavnim programima, te živom i angažiranom aktivnošću ukupne lokalne zajednice u njegovom radu, EMM doprinosi očuvanju, valorizaciji, interpretaciji i održivom gospodarskom korištenju specifičnog identiteta međimorskog mikrokozmosa i njegove kolektivne memorije, potičući osjećaj ponosa kod lokalnog stanovništva koje ima ulogu pripovjedača i su-kreatora neponovljivih, jedinstvenih i višeglasnih međimurskih priča.

## Misija EMM-a

- očuvanje i vrednovanje lokalne društveno-kulturne tradicije;
- očuvanje/ponovno otkrivanje kolektivne memorije i nematerijalne baštine koja oblikuje identitet stanovništva i služi kao njezin posrednik u odnosu na suvremeno društvo;
- proučavanje, istraživanje i širenje lokalnih prirodoslovnih, povijesnih i socijalnih tema;
- promicanje održivog gospodarskog i turističkog razvoja, koristeći prirodne i kulturne, socijalne i druge lokalne baštinske resurse, preko mreže koja je sposobna privući turiste, dodatno koristiti kulturne resursa, te promicati društveno odgovorno poslovanje i aktivno sudjelovanje u procesima održivog razvoja.

## Vizija EMM-a

EMM je mjesto je okupljanja svih Međimuraca i Međimurki koji ovdje žive, ali i brojne dijaspore u zajedničkim stremljenima očuvanja i revitalizacije međimurskog mikrokozmosa. Izložbeni postav ekomuzeja, te sustav interpretacije ukupnog nasljeđa, u popisivanju, istraživanju i dokumentiranju kojega su sudjelovali predstavnici lokalne zajednice i vrhunski profesionalci, nominiran je i nagrađen za inovativnost i kreativnost od svih relevantnih strukovnih tijela u Hrvatskoj i Europi što je povećalo dodanu vrijednost međimurskog prostora. Zahvaljujući EMM- u, obnovljeni su stari zanati, te tradicijske vještine i znanja povezane s prirodnim okolišem, poljoprivredom i obrtom i sada pretvoreni u zanimljive oblike kulturno-turističkih proizvoda, a ukupna ponuda generirana inventivnim programima EMM-a kroz cijelu godinu potakla je dolazak brojnih turista koji cijene i poštuju Međimurje i njezine ljude. Međimurska nematerijalna baština, kao i međimurski govor i tradicijske priče te popevke dio su kolektivne memorije, upisani su na Listu nematerijalne baštine čovječanstva UNESCO-a.

## Dugoročni ciljevi EMM su:

1. **Zaštita područja ekomuzeja i porast osviještenosti lokalne zajednice** osviještena lokalna zajednica najbolji je čuvar prirodnih i kulturnih vrijednosti , a osviješteni posjetitelji i poduzetnici doprinose održivom ekonomskom rastu.
2. **Koordinacija ruralnog razvoja** - ekomuzej je i alat za facilitiranje i koordinaciju ukupnog ruralnog razvoja područja, za to je potrebno sudjelovanje svih dionika koji će na temelju postojećih iskustava i produbljene svijesti o baštini i resursima donijeti zajednički plan inovativnih, razvojnih, održivih rješenja. Dok se baština u ekomuzeju interpretira fragmentarno, planovi se donose na širokoj interesnoj osnovi nevezanoj za politički ustroj ili granice.



## **Operativni ciljevi EMM su:**

### **1. Uspostaviti funkcionalnu i samoodrživu strukturu EMM-a**

partnerstvo svih dionika iz lokalne zajednice te „vanjskih“ institucionalnih struktura (državna tijela, ustanove, vanjski NGO-i) formalizirano kroz zajednički akcijski plan omogućiti će bolje korištenje „unutarnjih“ resursa i prikupljanje potrebnih vanjskih izvora (financijskih, ljudskih i dr.) za poboljšavanje stanja resursno/atrakcijske osnove, interpretaciju, organizaciju posjećivanja i jačanje dodatnih turističkih usluga te time održivog ekonomskog razvoja.

### **2. Povećati turističku promociju za održivo posjećivanje EMM-a-**

promicanjem jedinstvenosti zaštićenog okoliša i kulturne baštine EMM-a s naglaskom na drukčiji (transmodran) pristup u kreiranju turističkih doživljaja i uključivanje lokalnih ponuditelja usluga osigurava dugoročnu održivost turističke ponude.

### **3. Proširiti potrebe zelenih i digitalnih tehnologija u ruralnom prostoru EMM-a**

osposobljavanjem lokalne zajednice za upotrebu zelenih i digitalnih tehnologija olakšava se produbljivanje osviještenosti i znanja o okolišu i kulturnim dobrima lokalnoj zajednici i vanjskim posjetiteljima, omogućava direktno participiranje u koordinaciji ruralnog razvoja, omogućava dostupnost informacija za nove poduzetničke inicijative, jača socijalnu koheziju lokalne zajednice, smanjuje negativni utjecaj CO2 otiska, a institucijama olakšava upravljanje okolišem i kulturnim dobrima EMM-a te podiže efikasnost socijalnih usluga.

## VIII. SEGMENTACIJA TRŽIŠTA

Segmentacija i definiranje ciljanih tržišnih niša provedeno je u skladu s Strateškim marketing planom turizma Međimurja za čiju je provedbu zadužena Turistička zajednica Međimurske županije. S obzirom na navedeno polazište utvrđuju se slijedeći tržišni segmenti s prioritetima:

### a) Geografska tržišta

Zemlje porijekla turista	Prioritet
HRVATSKA	VISOKI
SLOVENIJA	VISOKI
AUSTRIJA	SREDNJI
TRANZIT (HU, PL, CZ, SK)	MANJE VAŽAN

### b) Potrošački segmenti

Glavni motivi odmora	Prioritet
KULTUROM MOTIVIRANI	VISOKI
GASTRONOMADI	SREDNJI
SPORTSKI REKREATIVCI	MANJE VAŽNI
MICE	VISOKI

### c) Demografski segmenti

Dob gostiju	Prioritet
ŠKOLSKI I STUDENTSKI UZRAST	VISOKI
MLADI PAROVI	SREDNJI
OBITELJI S DJECOM	VISOKI
ZRELA DOB (PAROVI BEZ DJECE)	SREDNJI
TREĆA DOB (UMIROVLJENICI)	SREDNJI

### d) Prema organizaciji dolaska/prodaje

Preferirani kanali prodaje	Prioritet
PUTNIČKE AGENCIJE: SPORTSKO-REKREATIVNE GRUPE, ŠKOLSKI IZLETI, OSTALE GRUPE IZLETNIKA	VISOKI
INDIVIDUALCI : CIKLOTURISTI , TREKKING	SREDNJI
INDIVIDUALCI: TRANZITNI IZLETNICI	MANJE VAŽAN

<b>IX. FAKTORI USPJEHA I PRIJEDLOG AKTIVNOSTI PREMA SELEKTIVNIM OBLICIMA TURIZMA</b>
--------------------------------------------------------------------------------------

Selektivni oblik turizma	KULTURA				
<b>Ciljani segment</b>	Školske grupe	Obitelji s djecom	Zrela dob	Treća dob	Profesionalci željni usavršavanja
<b>Pozicioniranje</b>	<i>Biseri nematerijalne baštine Hrvatske</i>				
<b>Faktori uspjeha</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Značaj i posebnost baštinskog nasljeđa u međunarodnom okruženju</li> <li>• Kvaliteta i slojevitost interpretacijske građe</li> <li>• Grupiranje ponude na nacionalnoj i međunarodnoj razini</li> <li>• Kvaliteta komplementarne turističke ponude</li> </ul>				
<b>Preporučene razvojne aktivnosti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Izgradnja i uređenje Centra za interpretaciju Sv. Jeronim, Muzej osjetila, Svjetski centar Rudolfa Steinera, Međimurske gastronomije, Helicanum, Međimurske popevke</li> <li>• Uspostavljanje niza „stvaraonica“ tj. masterclassova starih znanja i vještina</li> <li>• Organizacija dana otvorenih vrata EMM</li> <li>• Udruživanje u mrežu/organizaciju ekomuzeja u RH i svijetu</li> <li>• Uvođenje programa „žive povijesti“ na svim lokalitetima</li> <li>• Razvoj specijaliziranih turističkih paket aranžmana kao templet za agencije</li> </ul>				
Selektivni oblik turizma	TRANZIT				
<b>Ciljani segment</b>	Auto gosti na proputovanju	Cikloturisti i hodači na duge ture	Izletnici na turama po široj destinaciji	Prekogranični dnevni tranziteri	
<b>Pozicioniranje</b>	<i>Idealno mjesto za predah za sve goste koji putuju ovim djelom Međimurja, Sjeverna vrata Hrvatske</i>				
<b>Faktori uspjeha</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pozicija uz i na frekventnim prometnim koridorima</li> <li>• Dostupnost informacija o ponudi</li> <li>• Kvaliteta odmorišta, povoljan smještaj i autentična ponuda hrane</li> </ul>				
<b>Preporučene razvojne aktivnosti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Etabliranje EMM kao atraktivne lokacije za predah automobilskih putnika na proputovanju cikloturista i izletnika</li> <li>• Poticanje ugostiteljske ponude po modelu: „brzo ali domaće i fino“</li> <li>• Postavljanje cestovne signalizacije na prilaznim prometnicama/rutama</li> <li>• Kvalitetno pozicioniranje na Google maps i sličnim navigacijskim internet portalima</li> <li>• Daljnje poticanje novih i podizanje kvalitete postojećih objekata obiteljskog smještaja i OPG-a s ponudom domaće, autentične hrane.</li> </ul>				

Selektivni oblik turizma		GASTRONOMIJA			
<b>Ciljani segment</b>	Mladi parovi	Zreli parovi	Obitelji s djecom	Treća dob	
<b>Pozicioniranje</b>	<i>EMM kao Međimurska gibanica</i>				
<b>Faktori uspjeha</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kvaliteta ugostiteljstva - autentičnost i kvaliteta kuhinje</li> <li>• Grupiranje ponude - tematiziranje ponude</li> <li>• Kvaliteta prateće turističke ponude - raspoloživost smještaja, rekreacije...</li> <li>• Kompatibilan razvoj destinacije - očuvanost okoliša i uređenost mjesta</li> </ul>				
<b>Preporučene razvojne aktivnosti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definiranje ključnih lokalnih kulinarskog specijaliteta u suradnji s profesionalnim kuharima</li> <li>• Poticaj ugostiteljima da uvedu na svoje lokalno jelo</li> <li>• Uspostavljanje kulinarskih interpretacijskih kutaka u sklopu restorana s oznakom „Međimurski zlatni gurman“</li> </ul>				
Selektivni oblik turizma		REKREACIJA I SPORT (Outdoor aktivnosti)			
<b>Ciljani segment</b>	Sportski klubovi	Mladi parovi	Obitelji s djecom	Zrela dob	
<b>Pozicioniranje</b>	<i>Međimurje regija u pokretu</i>				
<b>Faktori uspjeha</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kvaliteta sportske i ugostiteljske infrastrukture</li> <li>• Posebnost prirodnog pejzaža i ekološka očuvanost okoliša</li> <li>• Kvaliteta usluga za sport i rekreaciju - dostupnost najma opreme, vodiči</li> <li>• Dostupnost i kvaliteta ugostiteljskih usluga - smještaj, hrana i piće</li> <li>• Etablirani tematski eventi regionalnog i nacionalnog značaja</li> </ul>				
<b>Preporučene razvojne aktivnosti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uređenje centra izletničkog turizma</li> <li>• Poboljšanje kvalitete sigurnosti i vozne podloge označenih međunarodnih i lokalnih biciklističkih ruta i izgradnje novih</li> <li>• Označavanje i uređivanje trekking/pješačkih ruta i odmorišta</li> <li>• Uređivanje ribolovnih točki i promatrališta za ptice (pristup, zakloni, hranilišta, obnavljanje ribljeg fonda sl.) na staroj Dravi</li> <li>• Uklanjanje divljih deponija otpada iz okoliša i uvođenje sustav dnevne kontrole i zbrinjavanja otpada sa kritičnih točki</li> <li>• Uvođenje poticaja za registraciju djelatnosti pružanja turističkih usluga: iznajmljivanje plovila, ribolovne i foto opreme, vođenje za ribolovce i foto safari - promatranje ptica,</li> <li>• Organizacija sportsko-rekreativnih evenata regionalnog, nacionalnog i međunarodnog značaja u suradnji s klubovima i profesionalnim event organizacijama za: nautičke sportove, ribolov, biciklizam, trekking, triatlon i druge outdoor sportove s ne zahtjevnom infrastrukturom, „seoske igre“</li> </ul>				



## X. BREND KONCEPT EMM

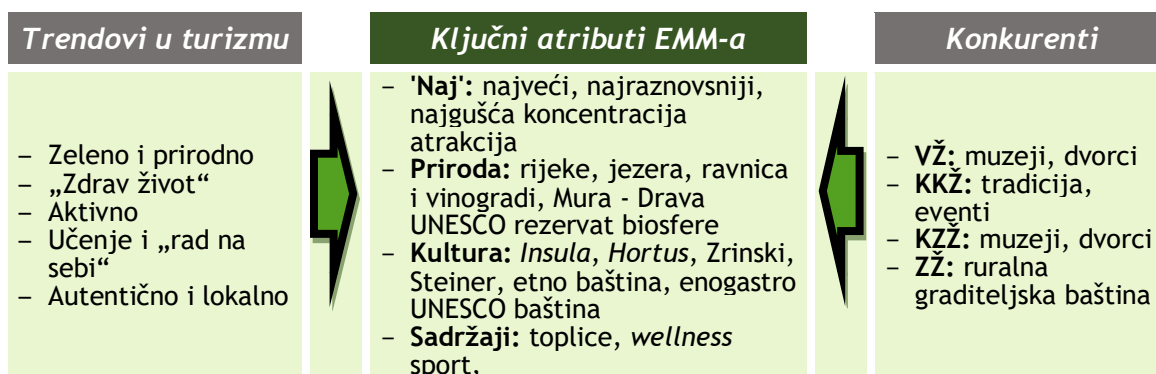
Valorizirajući resursno-atraksijski potencijal EMM-a te polazeći od postavljenih razvojnih načela, zacrtane vizije i strateških ciljeva, koncepcijom turističkog razvoja razrađuju se destinacijski brend-koncept, diversificirani portfelj turističkih proizvoda i prostorno zoniranje turističke aktivnosti. Koncepcija, naime, ima cilj osmisliti odrednice privlačnog imidža, bogatu ponudu turističkih doživljaja kojima je moguće zadovoljiti interese različitih ciljnih segmenata gostiju tijekom većeg dijela godine, istovremeno osiguravajući turističko aktiviranje što većeg dijela Županije. U konačnici, koncepcija turističkog razvoja predstavlja temelj za predlaganje sustava mjera, aktivnosti i razvojnih projekata u funkciji podizanja konkurentske sposobnosti Međimurja na turističkom tržištu.

### Brend-koncept i željeni imidž EMM-a kao turističke destinacije

Prepoznatljivost turističkih destinacija kritičan je faktor njihove uspješnosti na današnjem turističkom tržištu obilježenom izrazito visokom razinom konkurencije. Iako je manji broj turističkih odredišta stekao prepoznatljivost slijedom, primjerice, nekog jedinstvenog prirodnog obilježja, zbog svoje uloge u svjetskim povijesnim zbivanjima ili medijskom eksponiranosti, većina mjesta suočena je s potrebom „poduzimanja“ destinacijskog brendiranja da bi tim procesom s vremenom generirala poželjan i pamtljiv imidž.

Da bi bio održiv, destinacijski brend nužno mora počivati na nekim specifičnim, snažno prisutnim obilježjima lokalnog identiteta koji su ujedno relevantni i privlačni potencijalnim posjetiteljima. Jednako tako, brend mora biti lako razumljiv i pamtljiv, što govori u prilog „destiliranju“ uvijek slojevitih obilježja destinacija u jezgrovit iskaz „srži“ koja je istinita za destinaciju, diferencirajuća od konkurencije i kupcima poželjna. Jednom identificiran, brend - konkurentan tržišni identitet destinacije - postaje središnji koncept koji treba prožimati ukupnu turističku ponudu i promociju destinacije.

Proces generiranja destinacijskog brend-koncepta EMM- a, prikazan u nastavku, polazi od sagledavanja ključnih atributa EMM-a u kontekstu današnjih tržišnih trendova s jedne strane, odnosno proklamiranog ili očekivanog pozicioniranja okolnih konkurentskih županija s druge strane:

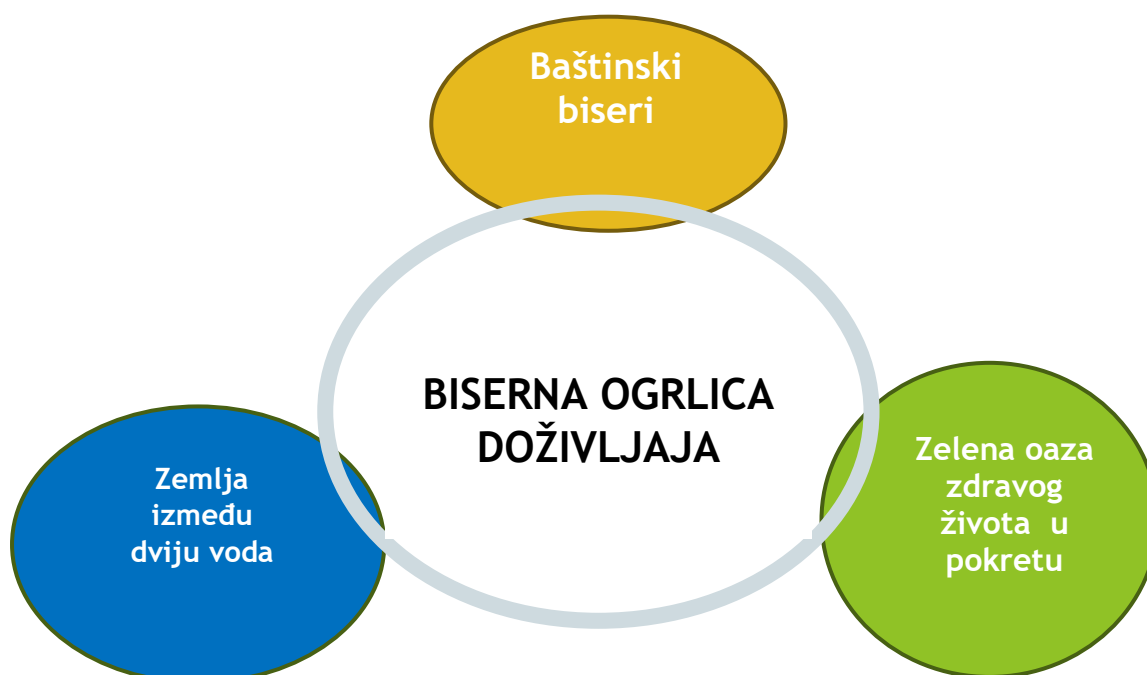


U tom kontekstu moguće je izdvojiti tri određujuća obilježja EMM-a kao turističke destinacije:

- **Baštinski biseri** - utemeljena je na karakteru baštine odnosno atrakcija EMM koje najčešće nisu „mega“ značajne u globalnom kontekstu ali poredane i organizirane prema ekomuzeološkim načelima i načelima održivog razvoja predstavljaju „globalno“ zanimljiv i jedinstveni turistički doživljaj.
- **Zemlja med dvemi vodami** - počiva na povijesnom nazivu Međimurja *Insula intra Dravum et Muram*, što u smislu turističkog razvoja predstavlja način ne samo da se Međimurje kao relativno nepoznata destinacija lakše locira na geografskoj karti, već da bi se također istaknuo „drugačiji“ duh ovog mjesta koji proizlazi iz njegove omeđenosti rijekama i opredijeljenost prema održivom razvoju.
- **Zelena oaza zdravog života u pokretu** - proizlazi iz krovnog brenda Međimurja zbog razvijene mreža biciklističkih staza, planiranog razvoja infrastrukture za pješaćenje, brojnih raznovrsni (dijelom i neuobičajeni) sportskih sadržaja, od ribolova, preko gimnastike do badmintona i *speedwaya*, uz kvalitetne programe dvaju zdravstveno-turističkih kompleksa, predstavljaju najrazvijeniji dio turističke ponude Međimurja i govore u prilog specijalizaciji za proizvode aktivnog i zdravog odmora. Specifičnosti i dodatnoj prepoznatljivosti ovakve specijalizacije može bitno pridonijeti implementacija učenja R. Steinera koje Međimurje također baštini.

Dodatno sublimirajući navedena obilježja u svrhu fokusiranja na samu bit konkurentnog tržišnog identiteta Međimurja, brend-koncept EMM-a kao turističke destinacije moguće je formulirati na sljedeći način:

## EKOMUZEJ MEĐIMURJE



**Elementi vizualnog identiteta** - angažirati profesionalnu organizaciju radi definiranja i izrade knjige grafičkih standarda sa slijedećim elementima:

- **Znak i slogan** - dizajnirati prema smjernicama: jednostavnost, upečatljivost, jednostavnost reprodukcije, preporuka baznih elemenata: zeleni biser, rijeka
- **Boje** - tople, preporuka: slijediti paletu TZMŽ: plava, zelena
- **Fotografije** - snimiti prema smjernicama tematika: aktivnosti u prirodi, stari zanati i običaju u akciji, ruke, lica autentičnih osoba nositelja baštine
- **Poruke** - definirati prema smjernicama: jednostavnost, upečatljivost, preporuka tematiziranja: baštinski biseri, oaza zdravog života, život u pokretu, zelena zemlja, zemlja između dviju voda ...  
Elemente vizualnog identiteta potrebno je koristiti na svim tiskanim i digitalnim promocijskim materijalima.
- **Kreiranje promocijskih materijala:**
  - **image brošura** - u tiskanom (formata 21x21 cm) i PDF formatu s naglaskom na ponudu: aktivni odmor - nautičke aktivnosti, kulturu - čipka, gastronomiju - pastrva, tranzit -odmorište uz Dravu,
  - **promo letak** - forma A4 s osnovnim informacijama i QR kodom koji vodi na web stranice
  - **tiskana karta** - posjetitelji unatoč postojanju digitalnih karata vole raspolagati tiskanom kartom, dimenzije
  - **video tizer** - dužine 10 " i 30 " za prikazivanje na YT i TV, sadržaja kao u image brošuri
  - **digitalni sticker**- kreiranje originalnih i „fora“ digitalnih stickera za distribuciju kroz društvene mreže
- **Promocijske aktivnosti:**
  - **odnosi s javnošću** - kontinuirana suradnja s lokalnim i nacionalnim medijima te plasiranje/nuđenje „gotovih“ članaka sa zanimljivostima i vijestima ,
  - **informativne radionice** - ciljano i praktično okupljanje lokalnih dionika sa svrhom detaljnog i neposrednog osvješćivanja i informiranja o mogućnostima te potencijalima za turizam
  - **sajmovi i B2B** - sudjelovanje na specijaliziranim sajmovima i poslovnim radionicama u suradnji s dionicima uz prezentaciju zanata i običaja kada je to moguće
  - **studijska putovanja novinara i turističkih agencija** - prihvaćanje i organizacija programa za domaće i strane novinare i agente u suradnji s dionicima
  - **web stranice i društvene mreže** - izrada posebne web stranice [www.ekokmuzej-medimurje.info](http://www.ekokmuzej-medimurje.info) s vlastitom domenom ali tehnički i sadržajno integrirane s web stranicom TZMŽ [www.visitmedimure.com](http://www.visitmedimure.com) ,
  - **smartphone aplikacija** - koja je istovremeno i lojaliti kartica te organizator putovanja sa kartografskim planerom kretanja, preporukama (tips), i drugim korisnim informacijama koje posjetiteljima omogućuju jednostavno i kvalitetno posjećivanje baštinskih lokaliteta EMM-a,

- **web 2.0.** - kreiranje FB i instagram profila s turističkim sadržajem destinacije
- **gerila marketing** - distribucija promo letaka na eventima gdje se okuplja ciljana skupina, izrada i distribucija online stickera za distribuciju po društvenim kanalima
- **oglašavanje** - kontinuirane i koherentne kampanje u online i offline medijima u skladu s medija mixom.

## XI. PRIJEDLOG STRUKTURE UPRAVLJANJA I PREGLED DIONIKA EMM

### 11.1. Prijedlog uspostavljanja upravljačke strukture EMM

Uspostavljanje profesionalne upravljačke strukture EMM-a kao ključnog kulturno turističkog proizvoda Međimurja provoditi će se u tri faze:

#### 1. Izrada Operativnog marketing plana EMM (2022.g.)

Turistička zajednica Međimurske županije pokrenula je inicijativu, osigurala sredstva i okupila dionike te provela aktivnosti na izradi studije OPMP EMM kroz koju su definirani dionici i predložene potrebne marketinške aktivnosti za upravljanje razvojem, profesionalizacijom djelovanja i srednjeročnom promocijom.

#### 2. Uspostavljanje mreže dionika EMM-a (2023.g.)

Temeljem rezultata rasprava na radionicama u fokus grupama te rezultatima istraživanja stavova dionika svih sektora predlaže se da se u drugoj fazi EMM-om upravlja kroz **uspostavljanje neformalne MREŽE** kojom će **facilitirati TZ Međimurske županije**. Članovi mreže uz pomoć facilitatora izraditi će i uskladiti uvjete **Ugovora o osnivanju EMM-a kao formalne organizacije** kojim će se regulirati dugoročni poslovni i etički odnosi između dionika.

#### 3. Profesionalizacija EMM-a (2024.g.)

Nakon razdoblja međusobnog upoznavanja te jačanja povjerenje i poslovnih odnosa kroz provođenje konkretnih razvojnih projekata dionici EMM-a će osnovati **NEPROFITNU DESTINACIJSKU MENADŽMENT KOMPANIJU (DMK)<sup>2</sup>** čiji će zadatak biti osiguravanje **samoodrživog razvoja EMM kao kulturno turističkog proizvoda te njegovu promocija i plasman na turističkom tržištu.**

Druga opcija upravljačke organizacije je formiranje **institucije muzeja u skladu sa Zakonom o muzejima RH** čiji vlasnici i sufinancijeri će biti regionalna i lokalne samouprave.

<sup>2</sup> DMK je poduzeće koje koristi svoje opsežno poznavanje lokalnih turističkih resursa, posjeduje stručno osoblje i ima dostupne druge potrebne resurse za osmišljavanje i realizaciju usluga vezanih uz putovanje, boravak i različite aktivnosti u turističkoj destinaciji (DMK priručnik, UHPA 2014.)



## 11.2. Pregled trenutnih dionika EMM-a

Dionikom EMM smatraju se vlasnici/upravljači baštinskih lokaliteta koji su se kao takvi izjasnili u pismenoj anketi ili kroz usmeno izjašnjenje odgovornih osoba institucija/organizacija na dan 15.11.2022.g.

R. B.	NAZIV I SJEDIŠTE DIONIKA	OBJEKT/ ZBIRKA/ BAŠTINSKI LOKALITET KOJIM DIONIK UPRAVLJA	ORGANIZACIJSKI KAPACITET DIONIKA <sup>3</sup>
1.	MUZEJ MEĐIMURJA, ČAKOVEC	RIZNICA MEĐIMURJA, MUZEJ MEĐIMURJA	8
2.	JAVNA USTANOVA MEĐIMURSKA PRIRODA , KRIŽOVEC	IC MED DVEMI VODAMI, MATULOV GRUNT	5
3.	JAVNA USTANOVA CENTAR DR. RUDOLF STEINER, D. VIDOVEC	IC DR. R. STEINER, BOHNECOV GRUNT	2
4.	TZ MEĐIMURSKE ŽUPANIJE, ČAKOVEC	CZP EMM	4
5.	TZ / OPĆINA SVETI MARTIN NA MURI	IC MLIN NA MURI, IC SKELARSKA KUĆA	1
6.	TZ ŠTRIGOVA /ŽUPA ŠTRIGOVA	CRKVA SV. JERONIMA	1
7.	OPĆINA/TZ ŠTRIGOVA	VIDIKOVAC MAĐERKIN BREG, IC MVC	2
8.	TZ NEDELIŠĆE/OPĆINA NEDELIŠĆE	HORVATOVA KOVAČNICA	1
9.	UDRUGA MEĐIMURSKA GRUDA, DUNJKOVEC	ZBIRKA ŠTREKARI	1
10.	GRAD MURSKO SREDIŠĆE/TZP MURA I GORICE	IC CIMPER, 1. NAFTNO POLJE	1
11.	OPĆINA GORIČAN	ARHEO PARK NEKROPOLA POD TUMULIMA	0
12.	OPĆINA DONJI VIDOVEC	IC DRAVSKI ZLATARI	0
13.	OPG STANKO TRSTENJAK , MAROF	ETNO ZBIRKA	2
14.	ZBIRKA ŠARDI, SELNICA	OLD TIMER ZBIRKA VOZILA	1
15.	OPĆINA DONJA DUBRAVA	PALAĆA HISCHELR	0
16.	UDRUGA SVETOMARSKA ČIPKA, SVETA MARIJA	ZBIRKA ČIPKI	0
		<b>UKUPNO ZA EMM</b>	<b>30</b>

<sup>3</sup> Organizacijski kapacitet dionika odnosi se na raspoloživi broj zaposlenih osoba ili u svakom trenutku dostupnih volontera koji su uvijek ili prema ukazanoj potrebi raspoloživi za prijem posjetitelja, vođenje/interpretaciju postava te upravljanje i održavanje baštinskog lokaliteta.

## 12. MONITORING SUSTAV EMM-a

Model monitoringa implementacije marketinške strategije podrazumijeva uspostavu nekoliko načina praćenja:

- Detaljna razrada predviđenih aktivnosti na razini godine
- Usporedba planiranih i realiziranih aktivnosti na kraju svakog planiranog razdoblja
- Praćenje/evaluacija aktivnosti prema dostupnim i mogućim alatima praćenja

Predlaže se da EMM na temelju OMP donosi na kraju godine plan i program rada za narednu godinu. Polazište za planiranje aktivnosti na godišnjoj razini je detaljnija razrada aktivnosti predviđenih ovim Operativnim *marketing planom EMM 2022-2027*. (prilagođenih prema eventualnim promjenama u strukturi i organizaciji dionika i samog EMM uz specificiranje alata i 'metrike' za praćenje/evaluaciju. U nastavku se ilustrira primjer organizacije sustava praćenja:

Područje	Aktivnost	Plan	Ostvareno
Razvoj proizvoda	PRIMJER: Izgradnja IC	PRIMJER: 1 od X do Y	PRIMJER: ostvareno ...
Promocija i B2B	PRIMJERI: - Objava reportaža u časopisima	PRIMJER: - 10 reportaža u časopisima X, Y, u vrijednosti xy kn	PRIMJER: - Objavljeno XY reportaža u vrijednosti od XY kn
Interni marketing, istraživanje i informiranje	PRIMJER - Radionice s dionicima	PRIMJER - 10 radionica na teme X,Y,Z	PRIMJER: - Realizirano 10 radionica; radionice pohađalo 200 sudionika; promjene koje su uslijedile uključuju A,B
E-marketing aktivnosti	PRIMJER - Implementacija B2B stranice	PRIMJER - Definirati sadržaj B2B - Skupiti i objaviti podatke	PRIMJER - Implementiran B2B sadržaj - Broj posjetitelja na B2B sadržaju - Broj prikupljenih adresa na B2B sadržaju - Web analitika: broj posjeta, vrijeme provedeno na webu, broj 'skinutih' brošura i dr.

Na kraju planskog razdoblja izrađuje se izvještaj o realiziranim aktivnostima. Izvještaj ujedno predstavlja 'podlogu' za materijal koji se objavljuje na web stranicama za internu javnost te za press materijale koji se šalju lokalnim medijima, a s ciljem informiranja javnosti o aktivnostima u turizmu i promociji realiziranih aktivnosti.

### XIII. PREGLED PROJEKATA I PROJEKATNIH IDEJA DALJNJEG RAZVOJA EMM

Temeljem anketiranja dionika i potencijalnih dionika EMM-a u nastavku donosimo Pregled projektnih prijedloga i projektnih ideja koji su funkciji daljnjeg razvoja EMM-a do 2027. godine.

RB	DIONIK	NAZIV PROJEKTA	LOKACIJA PROJEKTA	IZVORI FINANCIRANJA	VRIJEDNOST Eur	RAZDOBLJE PROVEDBE	STATUS PROJEKTA <sup>4</sup>
1.	MEĐIMURSKA ŽUPANIJA	INTERPRETACIJSKI CENTAR MEĐIMURSKE GASTRONOMIJE	PRIBISLAVEC	NPOO	6.500.000	2023-2025.	U PRIPREMI
2.	OPĆINA ŠTRIGOVA	INTERPRETACIJSKI CENTAR SVETOG JERONIMA	ŠTRIGOVA	NPOO	2.000.000	2023-2025.	U PRIPREMI
3.	OPĆINA DONJI VIDOVEC	INTERPRETACIJSKI CENTAR DRAVSKIH ZLATARA	DONJI VIDOVEC	NPOO	1.200.000	2023-2025.	U PRIPREMI
4.	OPĆINA DONJA DUBRAVA	INTERPRETACIJSKI CENTAR MEĐIMURSKE POPEVKE	DONJA DUBRAVA	NPOO	1.600.000	2023-2025.	U PRIPREMI
5.	OPĆINA DONJI KRALJEVEC	INTERPRETACIJSKI CENTAR SVJETSKI CENTAR DR. STEINERA	DONJI KRALJEVEC	NPOO	6.500.000	2023-2025.	U PRIPREMI
6.	OPĆINA NEDELIŠĆE	INTERPRETACIJSKI CENTAR CEKER	NEDELIŠĆE	NPOO	3.000.000	2023-2025.	U PRIPREMI
7.	GRAD MURSKO SREDIŠĆE	INTERPRETACIJSKI CENTAR INDUSTRIJSKE BAŠTINE	MURSKO SREDIŠĆE	INTERREG	1.000.000	2023-2025.	U PRIPREMI
8.	GRAD PRELOG	INTERPRETACIJSKI CENTAR GRADA PRELOGA	PRELOG	NPOO	2.500.000	2023-2025.	U PRIPREMI
9.	OPĆINA SVETI MARTIN NA MURI	INTERPRETACIJSKI CENTAR HELICAUNM	SV.MARTIN NA MURI	NPOO	3.500.000	2023-2025.	U PRIPREMI
10.	OPĆINA GORIČAN	INTERPRETACIJSKI CENTAR NEKROPOLA POD TUMULIMA	GORIČAN	INTERREG	1.000.000	2023-2025.	IDEJNI P.
11.	JU R. STEINER	UNAPREĐENJE POSTAVA	DONJI KRALJEVEC	INTERREG	200.000	2023-2024.	IDEJNI P.

<sup>4</sup> Status PROJEKATNA IDEJA: nije riješeno vlasništvo nekretnine odnosno atrakcije, u tijeku je definiranje koncepta postava i izvor financiranja  
 Status U PRIPREMI: riješena vlasnička pitanja, u tijeku je izrada projektne dokumentacije i apliciranje na poznati izvor financiranja  
 Status KANDIDIRAN: postoji sva potrebna dokumentacija i predana je projektna aplikacija prema izvoru financiranja

OPERATIVNI MARKETING PLAN EKOMUZEJA MEĐIMURJE 2022-2027.

RB	DIONIČAR	NAZIV PROJEKTA	LOKACIJA PROJEKTA	IZVORI FINANCIRANJA	VRIJEDNOST Eur	RAZDOBLJE PROVEDBE	STATUS PROJEKTA <sup>5</sup>
11.	JU MEĐIMURSKA PRIRODA	REKONSTRUKCIJA RUDARSKOG OKNA	KRIŽOVEC	INTERREG	200.000	2023-2025.	IDEJNI P.
12.	ETNO ZBIRKA TRSTENJAK	UNAPREĐENJE POSTAVA	MAROF	INTERREG	1.000.000	2023-2025.	IDEJNI P.
13.	TZG ČAKOVEC	INTERPRETACIJSKI CENTAR ŽIDOVI U MEĐIMURJU	ČAKOVEC	INTERREG	500.000	2023-2025.	IDEJNI P.
14.	TZO SVETI MARTIN NA MURI	UNAPREĐENJE MLINA NA MURI	ŽABNIK	INTERREG	100.000	2023-2024.	IDEJNI P.
16.	OLDTIMER ZBIRKA ŠARDI	UNAPREĐENJE POSTAVA	SELNICA	INTERREG	1.000.000	2023-2025.	IDEJNI P.
17.	TZ MEĐIMURKA ŽUPANIJE	INTERPRETACIJSKI CENTAR 12 OSJETILA	NIJE DEFINIRANO	INTERREG	1.000.000	2023-2025.	IDEJNI P.
18.	TZ MEĐIMURKA ŽUPANIJE	UNAPREĐENJE POSTAVA CENTRA ZA POSJETITELJE	ČAKOVEC	FOND ZA NERAZVJENE	100.000	2023.	U PRIPREMI
19.	TZ MEĐIMURKA ŽUPANIJE	INCLUSIVE BORDER CYCLING	MEĐIMURJE	INTERREG DANUBE	150.000	2023-2026.	KANDIDIRAN
20.	TZ MEĐIMURKA ŽUPANIJE	INTERPRETACIJSKI CENTRI MEĐIMURSKE KULINARIKE	RESTORANI S OZNAKOM GURMAN	FOND ZA NERAZVIJENE	100.000	2023-2024.	U PRIPREMI
21.	TZ MEĐIMURKA ŽUPANIJE	ACCESSIBLE ACCES FOR ALL	MEĐIMURJE	INTERREG CE	190.000	2023-2026.	KANDIDIRAN
22.	DMC RUDI EXPRESS d.o.o.	NABAVA ELEKTRIČNIH BUSEVA ZA HOP ON HOP OFF BUS LINIJE	MEĐIMURJE	ITU	1.000.000	2023-2025.	IDEJNI P.
23.	MUZEJ MEĐIMURJA ČAKOVEC	OBNOVA PALAČE ZRINSKIH I UREĐENJE NOVOG POSTAVA	ČAKOVEC	K.K.	5.000.000	2022-2025.	KANDIDIRAN
<b>UKUPNO EUR</b>					<b>35.840.000</b>		

<sup>5</sup> Status PROJEKTA IDEJA: nije riješeno vlasništvo nekretnine odnosno atrakcije, u tijeku je definiranje koncepta i mogućih izvora financiranja  
 Status U PRIPREMI: riješena vlasnička pitanja, u tijeku je izrada projektne dokumentacije i apliciranje na poznati izvor financiranja  
 Status KANDIDIRAN: postoji sva potrebna dokumentacija i predana je projektna aplikacija prema dostupnom izvoru financiranja



**XIV. PRIJEDLOG MEDIA MIXA OGLAŠAVANJA EMM-a za razdoblje 2023-2027.**

Online								
Naziv medija	Tržište	Sadržaj oglašavanja - opće, događanje, proizvod i sl.			Kategorije uređaja		Trajanje oglašavanja	Ukupno u EUR
SMARTPHON APLIKACIJA ANDROID	GLOBALNO	SPECIJALIZIRANA APLIKACIJA EMM DODTNOM S FUNKCIJOM LOJALITI KARITCE			MOBILE		60 MJESECI	20.000
WEB STRANICE	GLOBALNO	SPECIJALIZIRNA WEB STRANICA EMM			PC, TABLET		60 MJESECI	15.000
TRIP ADVISOR	GLOBALNO	POZICIONIRANJE			MOBILE		60 MJESECI	18.000
<b>Ukupno online</b>								<b>63.000</b>
Social								
Naziv medija	Tržište	Sadržaj oglašavanja	Format		Broj oglasa	Reach	Trajanje oglašavanja	Ukupno u EUR
YOU TUBE, FB, INSTAG.	HR	BAŠTINSKI LOKALITETI I EVENTI	banner, članak, video				15 MJESECI	10.000
YOU TUBE, FB, INSTAG	SI	BAŠTINSKI LOKALITETI I EVENTI	banner, članak, video				5 MJESECI	5.000
YOU TUBE, FB, INSTAG	A	BAŠTINSKI LOKALITETI I EVENTI	banner, članak, video				3 MJESECI	8.000
YT FB, INSTAG	HU	BAŠTINSKI LOKALITETI I EVENTI	banner, video				5 MJESECI	5.000
YOU TUBE, FB, INSTAG	PL	BAŠTINSKI LOKALITETI I EVENTI					60 MJESECI	6.000
<b>Ukupno social</b>								<b>34.000</b>

OPERATIVNI MARKETING PLAN EKOMUZEJA MEĐIMURJE 2022-2027.

Offline (tisak) i outdoor (plakatiranje)								
Naziv medija	Tržište	Sadržaj oglašavanja	Format	Veličina formata	Pozicija oglasa	Broj oglasa		Ukupno u EUR
NATIONAL GEOGRAPHIC	HR/SI/PL	BAŠTINSKI LOKALITETI I EVENTI	REPORTAŽA	2/1	UNUTARNJI	6		10.000
MERIDIJANI	HR	BAŠTINSKI LOKALITETI I EVENTI	REPORTAŽA	2/1	COVER	3		5.000
CROATIA A. INFLIGHT	GLOBALNO	BAŠTINSKI LOKALITETI I EVENTI	REPORTAŽA	2/1	UNUTARNJI	2		6.000
JUMBO	HR	IMAGE EMM	JUMBO	4	GRANIČNI PRIJELAZI	20		9.000
Ukupno offline (tisak)								30.000
TV/radio								
Naziv medija	Tržište	Sadržaj oglašavanja - opće, događanje, proizvod i sl. - specificirati	Format	Trajanje tv ili radio spota	Br. objava/emitanja	Reach (1+, 3+)	Trajanje oglašavanja	Ukupno u EUR
RTL	HR	BAŠTINSKI LOKALITETI	TV TIZER	7 SEC	600	3+	45 DANA	50.000
HR RADIO 2.P	HR	BAŠTINSKI LOKALITETI I EVENT	EMISIJA UŽIVO	180 MIN	6	1+	6	3.000
Ukupno TV/radio								53.000
<b>UKUPNO OGLAŠAVANJE MEDIA MIX 2023-2027.</b>								<b>170.000</b>

**XII. AKCIJSKI PLAN EMM-a 2022-2027.g.**

Aktivnosti	2022.	2023.	2024.	2025.	2026.	2027.
<b>UNAPREĐENJE INTERPRETACIJSKE I POSJETITELJSKE INFRASTRUKTURE</b>						
Unapređenje postojećih postava IC						
Izgradnja i opremanje novih IC						
Uređenje postojećih tematskih staza i iniciranje označavanja novih						
Uspostava sustava Hop on hop off električnih buseva						
<b>UNAPREĐENJE KVALITETE DOŽIVLJAJA</b>						
Izrada programa i provedba edukacija/radionica/treninga s dionicima						
Kreiranje i lansiranje living history programa na baštinskim lokalitetima						
Unapređenje postojećih i iniciranje novih evenata						
Organizacija i lansiranje masterclass edukacijskih centara kod svakog dionika						
<b>PROMOCIJA I B2B</b>						
Izrada i lansiranje promocijskih konstanti						
Prezentacija EMM stručnoj i široj javnosti						
Dizajn i izrada promocijskih materijala						
Distribucija promocijskih materijala						
Oglašavanja i PR aktivnosti						
B2B aktivnosti						
<b>E-MARKETING AKTIVNOSTI</b>						
Razvoj on-line brenda						
Razvoj i ažuriranje web i web 2.0						
Kreiranje i distribucija newslettera						
Razvoj i ažuriranje inovativne mobilne aplikacije						
<b>UPRAVLJANJE</b>						
Facilitiranje Mreže EMM						
Uspostavljanje DMK (ili formalnog muzeja)						
Unapređenje ljudskih i financijskih kapaciteta DMK i dionika						
Međunarodna suradnja s ekomuzejima i srodnim organizacijama						
Provedba muzeoloških istraživanja i publiciranje						





PRILOG:

