



PLAN UPRAVLJANJA POSJETITELJIMA DESTINACIJE MEĐIMURSKE ŽUPANIJE

Turistička zajednica Međimurske županije

Ožujak 2025.

SADRŽAJ

Sadržaj

2. STRATEŠKI OKVIR.....	4
2.4. Strateška načela.....	5
2. GLAVNI IZAZOVI.....	6
4. SUSTAV ZA MJERENJE I PRAĆENJE PRITISKA	8
4.1. Ciljevi sustava	8
4.2. Ključni indikatori (pokazatelji).....	8
4.3. Tehnološke i operativne komponente	8
4.4. Prikupljanje i upravljanje podacima.....	9
4.5. Izvještavanje i analiza	9
4.6. Primjena rezultata.....	9
5. METODE UPRAVLJANJA POSJETITELJIMA	10
5.1. PROSTORNO UPRAVLJANJE.....	10
5.2. SEZONSKO UPRAVLJANJE	10
5.3. UPRAVLJANJE MOBILNOŠĆU	11
5.4. KOMUNIKACIJA I EDUKACIJA	11
5.5. UPRAVLJANJE PONAŠANJEM POSJETITELJA.....	12
5.6. Krizno upravljanje i adaptivne mjere	12
6. SUDIONICI I PARTNERI	13

1. UVOD

Međimurska županija posljednjih godina bilježi rast turističkog prometa, što je rezultat strateških ulaganja u wellness ponudu, održivi turizam, seoski i enogastro turizam. Zahvaljujući prirodnim ljepotama, mirnom krajoliku, bogatoj kulturnoj baštini i snažnoj lokalnoj gastronomskoj sceni, Međimurje se profiliralo kao privlačna destinacija za posjetitelje koji traže autentičan doživljaj, opuštanje i kvalitetan boravak izvan velikih gradskih središta.

Prema rezultatima istraživanja **TOMAS Hrvatska 2022./2023.**, gosti Međimurja u velikoj mjeri dolaze radi odmora, wellnesa i uživanja u prirodi. Posebno su istaknuti motivi poput boravka u toplicama, posjeta ruralnim područjima i degustacije lokalne hrane i vina. Međutim, upravo ovakav razvoj donosi i nove izazove: opterećenje određenih lokaliteta (npr. Sveti Martin na Muri), sezonsku koncentraciju dolazaka, neravnomjernu distribuciju posjetitelja po prostoru te određene infrastrukturne i ekološke pritiske.

Također, ankete ukazuju na manjkavosti u segmentima kao što su pješačka i biciklistička infrastruktura, mogućnosti za kupovinu te pristup informacijama, osobito u zaštićenim prirodnim područjima. S druge strane, razina zadovoljstva posjetitelja je visoka – 79% gostiju ocijenilo je svoj boravak najvišim ocjenama, a čak 71% izjavilo je da će destinaciju preporučiti drugima.

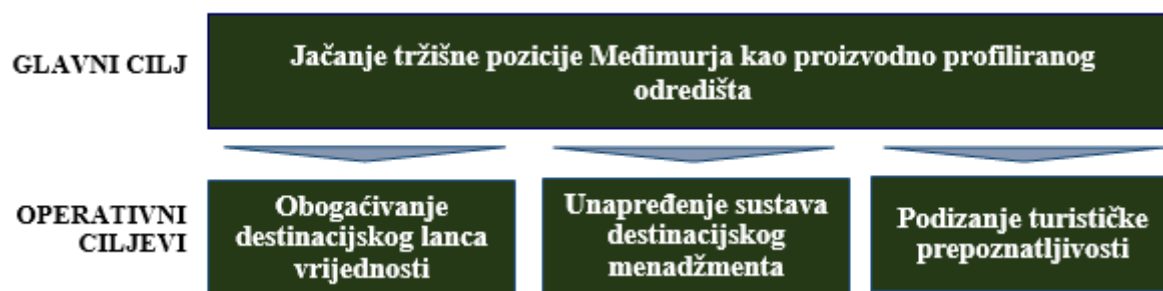
S obzirom na sve navedeno, razvoj turizma u Međimurskoj županiji zahtijeva pažljivo usmjeren plan upravljanja posjetiteljima koji će:

- Poticati ravnotežu između rasta i očuvanja
- Promicati odgovoran i održiv turizam
- Uključivati lokalnu zajednicu u oblikovanje ponude
- Uspostaviti sustav mjerenja, praćenja i reagiranja na posjetiteljski pritisak

Ovaj plan temelji se na dostupnim podacima iz nacionalnih istraživanja i lokalnih opažanja te predlaže konkretne mjere koje će pomoći u zaštiti resursa, očuvanju kvalitete boravka i jačanju Međimurja kao destinacije održivog i pametnog turizma.

2. STRATEŠKI OKVIR

Temelje Masterplana razvoja turizma Međimurske županije za razdoblje 2020. (produžena valjanost do 2023.g.) strateški i operativni ciljevi razvoja turizma u MŽ su:



Prioritetna operativna razvojna strategija VII. Masterplana usmjerena je na podizanje kvalitete zaštite i turističke valorizacije prirodne i kulturne baštine. Glavni cilj mjere je povećanje izdvajanja regionalne i lokalne samouprave za zaštitu tih resursa. Ključno polazište je činjenica da atraktivnost destinacije uvelike ovisi o očuvanosti okoliša i kulturne raznolikosti, što posebno vrijedi za europska odredišta. Strategija razvoja održivog turizma Republike Hrvatske do 2030. naglašava ekološki odgovoran razvoj, uključujući racionalno korištenje prostora, očuvanje kapaciteta destinacija i implementaciju modernih infrastrukturnih rješenja. Međimurska županija slijedi ovaj pristup kroz ciljeve očuvanja prirodnih resursa i razvoja održive infrastrukture. Ova mjera uključuje primjenu „zelenih praksi“ i usmjerenost na razvoj sadržaja koji odražavaju suvremene potrebe posjetitelja.

Planirane aktivnosti uključuju:

- Uređenje središta turističkih mjesta;
- Zaštitu tradicionalne ruralne arhitekture i očuvanje ambijenta sela;
- Uspostavu registra valorizirane baštine;
- Aktivaciju i turistifikaciju zaštićenih lokaliteta.

Mjera izravno doprinosi GSTC kriterijima: D1 (očuvanje prirode), C1 (zaštita kulturne baštine), A2 (strategija upravljanja destinacijom), A8 (upravljanje posjetiteljima) i B4 (doprinos zajednici). Cilj je pozicionirati Međimurje kao destinaciju zdravog i dinamičnog odmora, uz maksimalnu održivost i odgovorno korištenje resursa.

Temeljem navedenih ciljeva i mjera te primjenom smjernica GSTC– Global Sustainable Tourism Council definirani su ciljevi Plana upravljanja destinacijom:

Cilj	Opis
1. Očuvanje kvalitete boravka posjetitelja	Održavanje visoke razine zadovoljstva posjetitelja, unaprijeđenje ponude na temelju povratnih informacija i prevencija negativnih iskustava.
2. Očuvanje kvalitete života lokalnog stanovništva	Upravljanje gužvama, infrastrukturom i utjecajem turizma na svakodnevni život mještana.
3. Prostorna i sezonska ravnoteža	Smanjenje pritiska na Sveti Martin na Muri i vršne mjesece (srpanj, kolovoz), te ravnomjernija promocija i aktivacija svih dijelova županije.
4. Zaštita okoliša i kulturne baštine	Ublažavanje ekološkog pritiska i njegovanje baštinskih resursa kroz odgovorno ponašanje i ciljane politike.
5. Uvođenje pametnih alata i sustava	Digitalizacija upravljanja posjetiteljima – sustavi za mjerenje, analitiku, komunikaciju i usmjeravanje.
6. Jačanje kapaciteta dionika	Edukacija dionika u turizmu, jačanje institucionalne suradnje, uključivanje lokalnog stanovništva u donošenje odluka.

2.4. Strateška načela

Kako bi se svi ciljevi ostvarili na održiv i društveno odgovoran način, Plan se temelji na sljedećim načelima:

- **Održivost:** Sve odluke donose se u skladu s ekološkim, društvenim i ekonomskim kapacitetima županije.
- **Participativnost:** U planiranje i upravljanje uključeni su svi relevantni dionici – lokalne vlasti, zajednice, poduzetnici i posjetitelji.
- **Inovativnost:** Poticanje uvođenja digitalnih rješenja (IoT, mobilne aplikacije, e-upravljanje tokovima).
- **Transparentnost:** Javni uvid u podatke, rezultate i učinke upravljanja.
- **Fleksibilnost:** Plan se evaluira i prilagođava na temelju praćenja pokazatelja i novih trendova.

2. GLAVNI IZAZOVI

Na temelju istraživanja TOMAS Hrvatska 2022./2023. i lokalnih opažanja, glavni izazovi uključuju:

Izazov	Opis
Koncentracija posjetitelja	74% posjetitelja boravi samo u Svetom Martinu na Muri
Neravnomjerna sezonalnost	Glavnina posjeta koncentrirana od lipnja do rujna
Ekološki pritisci	Prigovori na smeće, neugodne mirise i zasićenost
Nedovoljna valorizacija manje poznatih mjesta	Niska posjećenost Donjeg Međimurja (južni i istočni dio Međimurske županije)
Pješačka i biciklistička infrastruktura	Niske ocjene zadovoljstva (ispod 60%)
Neinformiranost posjetitelja	44% oslanja se samo na online izvore, slab kontakt s lokalnim TIC-ovima

TOMAS Hrvatska 2022./2023. istraživanje i lokalna opažanja, turizam u Međimurju suočava se s nizom izazova koji utječu na održivost i ravnomjerni razvoj destinacije. Većina posjetitelja, čak 74 posto, koncentrira se isključivo na područje Svetog Martina na Muri, čime dolazi do opterećenja lokalne infrastrukture i zanemarivanja ostalih dijelova županije. Ovakva koncentracija dovodi i do neuravnoteženog prostornog razvoja te ograničava širenje ekonomskih koristi turizma na cijelo Međimurje.

Sezonalnost je dodatni izazov – turistički promet uglavnom se odvija od lipnja do rujna, dok ostali dijelovi godine ostaju nedovoljno iskorišteni. Posljedica toga su nestabilni prihodi turističkih djelatnika i otežana održivost poslovanja tijekom cijele godine. Uz to, primijećeni su i ekološki pritisci, osobito tijekom vršnih mjeseci. Posjetitelji često prijavljuju probleme s otpadom, neugodnim mirisima te osjećajem prenapučenosti, što negativno utječe na percepciju destinacije kao ugodne i očuvane prirodne sredine.

Južni i istočni dijelovi Međimurja, poznati kao Donje Međimurje, bilježe izuzetno nisku posjećenost unatoč bogatstvu kulturnih, prirodnih i gastronomskih sadržaja. Nedostatak njihove valorizacije pokazuje potrebu za boljom integracijom ovih krajeva u cjelokupnu turističku ponudu županije. Istovremeno, pješačka i biciklistička infrastruktura ne zadovoljava očekivanja posjetitelja, što se očituje u niskim ocjenama zadovoljstva – ispod 60 posto. Glavni problemi uključuju lošu signalizaciju, nepovezanost ruta i nedostatak servisnih točaka.

Dodatno, razina informiranosti posjetitelja ostaje ograničena. Gotovo polovica njih oslanja se isključivo na online izvore informacija, dok je kontakt s lokalnim turističko-informativnim centrima minimalan. Zbog toga mnogi turisti ostaju neinformirani o sadržajima, aktivnostima

i manjim atrakcijama koje destinacija nudi, što smanjuje ukupnu kvalitetu doživljaja i boravka.

Ovi izazovi ukazuju na potrebu za strateškim pristupom razvoju turizma, s naglaskom na ravnomjernu prostornu raspodjelu, produženje sezone, održivo upravljanje okolišem i jačanje informacijske povezanosti s posjetiteljima.

4. SUSTAV ZA MJERENJE I PRAĆENJE PRITISKA

Učinkovito upravljanje turizmom nezamislivo je bez kvalitetnog, redovitog i integriranog sustava za praćenje kretanja i ponašanja posjetitelja. Budući da Međimurje teži održivom i podatkovno vođenom razvoju turizma, ovaj sustav mora služiti kao temelj svih daljnjih odluka – od marketinških strategija, preko prostornog planiranja, do upravljanja kapacitetima i očuvanjem okoliša.

4.1. Ciljevi sustava

- **Pratiti stvarni broj posjetitelja** po lokacijama, sezonama i vrstama smještaja
- **Identificirati preopterećene lokacije i vremenske periode**
- **Usporediti zadovoljstvo gostiju s njihovim ponašanjem na terenu**
- **Uočiti promjene trendova u realnom vremenu i brzo reagirati**
- **Pratiti ekološke pokazatelje povezane s turizmom (otpad, buka, promet)**

4.2. Ključni indikatori (pokazatelji)

Kvantitativni pokazatelji:

- Broj dolazaka i noćenja po mjestu, općini i sezoni (iz sustava **eVisitor**)
- Duljina boravka i broj smještajnih objekata korištenih po gostu (iz anketa i eVisitora)
- Broj posjeta atrakcijama (mjeren putem **IoT senzora**, QR kodova, aplikacija)
- Vrste aktivnosti u destinaciji (TOMAS podaci: wellness, vina, priroda, kultura itd.)
- Prosječna dnevna potrošnja po vrsti smještaja, sezoni i zemlji porijekla
- Broj ulaznica, karata, rezervacija na ključnim lokacijama

Kvalitativni pokazatelji:

- Ocjene zadovoljstva za pojedine elemente ponude (iz istraživanja i aplikacije)
- Povratne informacije putem digitalnih upitnika, mobilnih aplikacija i TIC-ova
- Broj i sadržaj pritužbi na smeće, buku, gužve (lokalna samouprava, komunalne službe)

Ekološki i prostorni pokazatelji:

- Količina otpada u turistički opterećenim naseljima (npr. Sveti Martin na Muri)
- Korištenje parkirališta i broj automobila u vršnim satima
- Opterećenost pješačkih i biciklističkih staza (senzori, aplikacije)
- Korištenje javnog prijevoza i eko-mobilnosti (statistika linija i vozila)

4.3. Tehnološke i operativne komponente

Komponenta	Opis	Lokacija/primjena
eVisitor integracija	Osnovni izvor podataka o dolascima i noćenjima	Svi registrirani objekti

Komponenta	Opis	Lokacija/primjena
QR kod točke	Skeneri na ključnim točkama interesa za praćenje broja posjeta	Toplice, šetnice, muzeji, vinske ceste
IoT senzori (brojači)	Broje pješake i bicikliste na stazama i u naseljima	Pješačke i biciklističke rute, javne zone
Pametni parking sustav	Broji slobodna mjesta i bilježi vrijeme korištenja	Sveti Martin, Čakovec, atraktivne zone
Mobilna aplikacija za posjetitelje	Informira, nudi personalizirane rute, prikuplja podatke o kretanju i zadovoljstvu	Destinacija-wide, s GPS podrškom
Online ankete i feedback alati	Mjesečne mini-ankete u zamjenu za pogodnosti (popust, brošura)	TIC-evi, smještajni objekti, aplikacija
GIS kartiranje gužvi	Vizualizacija točaka najvećeg opterećenja	Za potrebe planiranja i intervencija

4.4. Prikupljanje i upravljanje podacima

- Podaci se prikupljaju **kontinuirano** (IoT, QR kodovi, aplikacija) i **periodično** (ankete, TOMAS, TIC izvješća)
- **Centralna baza podataka** vodi Turistička zajednica Međimurske županije u suradnji s partnerima
- Osigurana zaštita privatnosti prema GDPR-u – svi osobni podaci se anonimiziraju

4.5. Izvještavanje i analiza

- **Tromjesečni izvještaji:** promet, opterećenja, trendovi
- **Godišnje analize:** trendovi ponašanja, sezonske promjene, prostorna raspodjela
- **Online dashboard** za partnere (JLS, TIC-evi, smještajni objekti) s vizualizacijom podataka
- **Crvene zone:** područja u kojima je opterećenje veće od prihvatljivog – ciljano se usmjeravaju mjere (komunikacija, ograničenja, preraspodjela)

4.6. Primjena rezultata

- Dinamičko upravljanje promocijom (preusmjeravanje marketinških kampanja na slabije posjećena mjesta)
- Korekcija vremenskog rasporeda događanja
- Uvođenje rezervacijskih sustava za atrakcije s velikim opterećenjem
- Unaprjeđenje infrastrukture na temelju stvarne frekvencije korištenja

5. METODE UPRAVLJANJA POSJETITELJIMA

Učinkovito upravljanje posjetiteljima u Međimurskoj županiji zahtijeva višeslojni pristup. Potrebno je istovremeno intervenirati **prostorno, sezonski, prometno, informacijski i ponašajno**. Metode koje slijede integriraju iskustva razvijenih destinacija i prilagođene su realnom stanju, ponašanju i očekivanjima posjetitelja Međimurja.

5.1. PROSTORNO UPRAVLJANJE

Decentralizacija posjetitelja

- **Identificirati “hot spot” lokacije** (npr. Sveti Martin na Muri, toplice) i paralelno razvijati ponudu u slabije posjećenim mjestima (Donji Kraljevec, Štrigova, Nedelišće).
- **Uspostaviti lokalne mikro-regije** (npr. „Ruralna vina Međimurja“, „Tihi istok“, „Zelene staze Mure“) koje nude autentične doživljaje i povezuju manje poznate točke.

Razvoj tematskih ruta

- Kroz biciklističke, pješačke, gastro i kulturne rute povezati sela, OPG-ove i atrakcije.
- Rute prikazati putem **interaktivne karte u mobilnoj aplikaciji** i na fizičkim info-panelima.

Zoniranje i kapacitetne smjernice

- Postaviti **preporučene dnevne kapacitete** za atrakcije osjetljive na prenapučenost.
- Uvesti **sustav signalizacije gužvi**: crvena – ograničen ulaz, žuta – visoka frekvencija, zelena – slobodno.

5.2. SEZONSKO UPRAVLJANJE

Produženje sezone

- Razviti **“off-season” ponude** (zima/proljeće) usmjerene na wellness, termalni turizam, radionice, enogastronomiju i prirodne terapije.
- Poticati **manifestacije izvan visoke sezone** (npr. Dani bučinog ulja, Jesen na vinskoj cesti, Zimski vikend wellness).

Cjenovno usmjeravanje potražnje

- Uvesti **dinamičke cijene**: niže izvan sezone, posebne pogodnosti za višednevni boravak u jesen/zimu.
- Poticati smještajne objekte da kroz **bonuse ili popuste** motiviraju goste na dolazak u manje opterećenim razdobljima.

5.3. UPRAVLJANJE MOBILNOŠĆU

Zeleni prometni model

- Uvesti **lokalne “visitor shuttle” linije** koje povezuju smještaje, OPG-ove, vinske podume i atrakcije – s fiksnim i “na zahtjev” terminima.
- Razviti **mobilnu aplikaciju za javni prijevoz**, uključujući interaktivne mape i GPS praćenje vozila.

Pješačka i biciklistička infrastruktura

- Poboljšati označenost i sigurnost staza (QR kodovi za informacije, dužina, težina).
- Osigurati **servisne stanice za bicikle**, odmarališta i info-točke na ključnim rutama.

Smart parking

- Digitalizacija nadzora nad parkiralištima u turističkim središtima.
- Uvođenje **rezervacijskog sustava za parking** u blizini toplica i popularnih događanja.

5.4. KOMUNIKACIJA I EDUKACIJA

Mobilna aplikacija za posjetitelje

- Višenamjenska aplikacija koja uključuje:
 - Karte gužvi i preporučene rute
 - Rezervacije za smještaj i aktivnosti
 - Informacije o događanjima, otvorenosti objekata
 - Ankete i povratne informacije (za ocjenjivanje ponude)
 - Personalizirane preporuke na temelju interesa

Kampanja “Posjeti odgovorno”

- Edukacija posjetitelja o:
 - Poštivanju lokalnih običaja
 - Pravilnom odlaganju otpada
 - Korištenju lokalnih proizvoda i usluga
 - Očuvanju prirode i baštine
- Kanali: digitalni displayi u TIC-evima, brošure, društvene mreže, suradnja s influencerima.

Trening za domaćine i partnere

- Radionice za smještajne objekte i OPG-ove o:
 - Komunikaciji s posjetiteljima
 - Upravljanju iskustvom gosta
 - Praćenju gužvi i digitalnim alatima

5.5. UPRAVLJANJE PONAŠANJEM POSJETITELJA

Regulacija pristupa osjetljivim lokacijama

- Uvođenje **obvezne online rezervacije za posjete prirodnim područjima** s ograničenim kapacitetom.
- Primjena **ograničenja po satu ili grupi** (npr. vinske degustacije, radionice).

Nagrađivanje poželjnog ponašanja

- **Sustav bodova** za goste koji:
 - Dolaze izvan sezone
 - Koriste lokalni prijevoz
 - Sudjeluju u kulturnim/edukativnim aktivnostima
 - Ostavljaju ocjene i preporuke
- Bodovi se mogu zamijeniti za popuste, poklon-pakete lokalnih proizvoda ili besplatne ulaznice.

5.6. Krizno upravljanje i adaptivne mjere

- **Scenariji za preopterećenje lokacija:** usmjeravanje prema alternativnim točkama, komunikacija u realnom vremenu putem aplikacije i info-ekrana.
- **Mehanizam brze reakcije** u slučaju vanrednih okolnosti (vremenski uvjeti, događanja, poremećaji u prometu).

6. SUDIONICI I PARTNERI

Sudionik	Uloga
Turistička zajednica Međimurske županije	Koordinacija provedbe
JU Međimurska priroda	Upravljanje i zaštita prirodnom baštinom
Muzej Međimurja Čakovec	Upravljanje i zaštita kulturnom baštinom
JLS (općine i gradovi)	Infrastruktura, komunikacija s lokalnim stanovništvom
OPG-ovi i mali poduzetnici	Proširenje ponude i decentralizacija
TIC-ovi	Edukacija i informiranje posjetitelja
Privatni sektor	Aplikacije, prometna rješenja, smještaj
Komunalna poduzeća	Upravljanje otpadom i okolišem
Nacionalna i EU sredstva	Financiranje mjera

U razvoju održivog turizma u Međimurju ključnu ulogu imaju različiti sudionici s jasno definiranim zadacima. Turistička zajednica Međimurske županije ima ulogu koordinacije provedbe aktivnosti i usklađivanja svih dionika. Javna ustanova Međimurska priroda zadužena je za upravljanje i očuvanje prirodne baštine, dok Muzej Međimurja Čakovec brine o zaštiti i interpretaciji kulturne baštine. Jedinice lokalne samouprave, odnosno općine i gradovi, odgovorne su za razvoj infrastrukture te komunikaciju s lokalnim stanovništvom.

Važnu ulogu u proširenju turističke ponude i decentralizaciji imaju obiteljska poljoprivredna gospodarstva (OPG-ovi) i mali poduzetnici. Turističko-informativni centri (TIC-ovi) pružaju edukaciju i informiranje posjetitelja, dok privatni sektor doprinosi kroz razvoj aplikacija, prometnih rješenja i smještajnih kapaciteta. Komunalna poduzeća ključna su za učinkovito upravljanje otpadom i zaštitu okoliša. Provedba svih mjera oslanja se i na financiranje iz nacionalnih i europskih fondova.