

Međimurska županija
TZ Međimurske županije

Sustav upravljanja kvalitetom u turizmu
Međimurske županije

Izvještaj 3
***Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj –
TOMAS Hrvatska 2019:
Obilježja turističke potražnje u
Međimurskoj županiji***

Sadržaj

	Stranica
1. Istraživanje <i>TOMAS Hrvatska 2019.</i>	3
2. Izveštaj <i>TOMAS Hrvatska 2019: Obilježja turističke potražnje u Međimurskoj županiji</i>	4
3. Obilježja turističke potražnje u Međimurskoj županiji	5
4. Ključni nalazi i preporuke	11
Tablični prilog	12

1 Istraživanje *TOMAS Hrvatska 2019.*

- Istraživanje *Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj u 2019.* ili, kraće, *TOMAS Hrvatska 2019.* jedino je nacionalno istraživanje obilježja turističke potražnje u Hrvatskoj. Istraživanje je u 2019. po prvi put provedeno na području cijele Hrvatske, odnosno obuhvaćajući i turističku potražnju u kontinentalnim destinacijama. Istraživanje su zajednički financirali Ministarstvo turizma Republike Hrvatske i Hrvatska turistička zajednica.

Metodološki okvir istraživanja *TOMAS Hrvatska 2019.* uključuje:

- **Sadržaj istraživanja:** Prikuplja se pet glavnih skupina obilježja gostiju i to a) profil turista, b) obilježja putovanja, c) obilježja boravka u destinaciji, d) zadovoljstvo/stavovi o ponudi i e) izdaci/potrošnja na turističkom putovanju.
- **Instrument istraživanja:** Strukturirani upitnik prilagođen metodi prikupljanja podataka. Upitnik dostupan na 15 jezika.
- **Metoda prikupljanja podataka:** Osobni intervju s turistima uz pomoć računala/tableta (CAPI metoda).
- **Organizacija prikupljanja podataka:** Institut za turizam definirao je sadržaj istraživanja, dizajn i pripremu upitnika, dizajn i alokaciju uzorka te je kontrolirao provođenje istraživanja. Za anketiranje bila je angažirana agencija Henda d.o.o. koja raspolaže širokom mrežom anketara. U procesu prikupljanja podataka sudjelovalo je više od 100 anketara.

Izvor: Marušić, Z. et al (2020.), *Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj - TOMAS Hrvatska 2019.*, Institut za turizam, Zagreb

- **Razdoblje anketiranja:** Svibanj 2019. - ožujak 2020. (prikupljanje podataka je bilo predviđeno do svibnja 2020., ali je prekinuto uslijed pandemije korona virusa).
- **Populacija od interesa:** Domaći i inozemni turisti u komercijalnim smještajnim objektima.
- **Ispitanik:** Osoba/turist u dobi od 18 godina i više pred kraj svog boravka u destinaciji.
- **Dizajn uzorka:** Stratificirani slučajni uzorak prema mjesecima, županijama, vrstama smještaja i zemlji porijekla turista.
- **Veličina uzorka:** 13.582 ispitanika (povrat od 91% u odnosu na planirani broj ispitanika uslijed prijevremenog prekida prikupljanja podataka).
- **Alokacija uzorka:** Alokacija uzorka prema mjestima je proporcionalna turističkom prometu gradova/općina/naselja. Podaci su se prikupljali u ukupno 143 mjesta diljem Hrvatske (88 mjesta u Jadranskoj Hrvatskoj i 55 mjesta u Kontinentalnoj Hrvatskoj). Alokacija uzorka na smještajne objekte se temeljila na slučajnom izboru objekata, uzimajući u obzir njihov promet ostvaren u prethodnom razdoblju. Podaci su se prikupljali u više od 1.300 smještajnih objekata (370 hotela, 50 hostela, 80 kampova, više od 800 objekata obiteljskog smještaja).
- **Ponderiranje rezultata:** Težinski koeficijent (ponder) definiran je kao omjer ostvarenog turističkog prometa i ostvarenog uzorka u promatranom razdoblju.

2

Izveštaj *TOMAS Hrvatska 2019.: Obilježja turističke potražnje u Međimurskoj županiji*

- U izvještaju *Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj – TOMAS Hrvatska 2019: Obilježja turističke potražnje u Međimurskoj županiji* prikazuju se rezultati istraživanja *TOMAS Hrvatska 2019.* na skupu turista koji su boravili na području Međimurske županije u razdoblju svibanj 2019. - ožujak 2020. Rezultati se prikazuju ukupno za Županiju.

- Na području Međimurske županije anketirano je ukupno 329 turista, od toga 244 u Sv Martinu na Muri i 85 u Čakovcu. Svoje izdatke iskazalo je 232 ispitanika – turista (71% svih ispitanika).
- Anketirani su turisti u hotelima i obiteljskom smještaju. Uzorkom su obuhvaćeni domaći i inozemni turisti s niza emitivnih tržišta, a najviše iz Slovenije, Austrije, Njemačke, Poljske i Italije.
- Rezultati istraživanja na razini Međimurske županije poststratificirani/ponderirani su podacima ostvarenog prometa u županiji u 2019./2020. godini, prema vrsti smještaja (izvor: sustav eVisitor). Time je postignut visok stupanj reprezentativnosti rezultata istraživanja *TOMAS Hrvatska 2019.* za turistički promet Međimurske županije.

Izvor: Marušić, Z. i Beroš, I. (2020.), *Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj - TOMAS Hrvatska 2019: Obilježja turističke potražnje u Međimurskoj županiji*, Institut za turizam, Zagreb

Tablica 2.1. Veličina uzorka u Međimurskoj županiji prema vrsti smještaja

Vrsta smještaja	Veličina uzorka (broj ispitanika)
Hoteli	205
Privatni smještaj/kućanstva	123
Hosteli	1
UKUPNO	329

Tablica 2.2. Veličina uzorka u Međimurskoj županiji prema zemlji porijekla

Zemlja porijekla	Veličina uzorka (broj ispitanika)
Hrvatska	136
Slovenija	66
Austrija	19
Njemačka	17
Poljska	16
Italija	15
Slovačka	13
BiH	10
Mađarska	9
Češka	6
Srbija	5
Ostale zemlje	17
UKUPNO	329

3 Obilježja turističke potražnje u Međimurskoj županiji

Demografski profil turista u Međimurskoj županiji

- **Dob:** Prosječna dob gostiju u Međimurskoj županiji iznosi 43 godine. Najveći segment predstavljaju gosti srednje dobi između 30 i 49 godina (66%), nije zanemariv ni udio 50+ segmenta (26%), dok su mladi relativno nisko zastupljeni (8%). Gosti Međimurske županije nešto su mlađi od prosjeka Sjeverne Hrvatske (46 godina).
- **Obrazovanje:** Većina gostiju u Međimurskoj županiji ima više ili visoko obrazovanje (79%), te je njihov udio viši od prosjeka Sjeverne Hrvatske (72%).
- **Mjesečna primanja kućanstva:** Pojedinačno najznačajniji segment u Međimurju predstavljaju gosti s 2.501 do 3.000 eura mjesečnih primanja kućanstva (24%) te Županija (41%) u većoj mjeri od okruženja Sjeverne Hrvatske (31%) zahvaća goste s mjesečnim primanjima kućanstva od 2.501 eura i više. Istovremeno, kao i na razini Sjeverne Hrvatske u cjelini, značajnije udjele također predstavljaju i gosti s nižim mjesečnim primanjima kućanstva između 1.001 i 2.500 eura.
- **Pratnja na putovanju:** Najveći segment gostiju Međimurske županije su parovi (39%), a potom obitelji (28%) i nemali udio samaca (22%). Ova u osnovi slična struktura prosjeku Sjeverne Hrvatske, ipak se razlikuje nešto većim udjelom obitelji i manjim udjelom samaca u Međimurju.

Tablice 3.1.- 3.4. Demografska obilježja turista u Međimurskoj županiji

Tablica 3.1.

Dob turista	Udio (%)
Do 29	8,0
30 do 49	66,3
50 i više	25,7
UKUPNO	100,0
Prosječna starost	43,2

Tablica 3.2.

Obrazovna struktura	Udio (%)
Srednja škola ili niže	21,3
Viša škola	39,8
Fakultet i više	38,9
UKUPNO	100,0

Tablica 3.3.

Mjesečna primanja kućanstva	Udio (%)
Do 500 eura	2,2
501 do 1.000 eura	6,7
1.001 do 1.500 eura	19,6
1.501 do 2.000 eura	14,3
2.001 do 2.500 eura	16,0
2.501 do 3.000 eura	23,5
3.001 do 3.500 eura	6,1
3.501 do 4.000 eura	5,3
4.001 do 5.000 eura	2,5
5.001 euro i više	3,8
UKUPNO	100,0

Tablica 3.4.

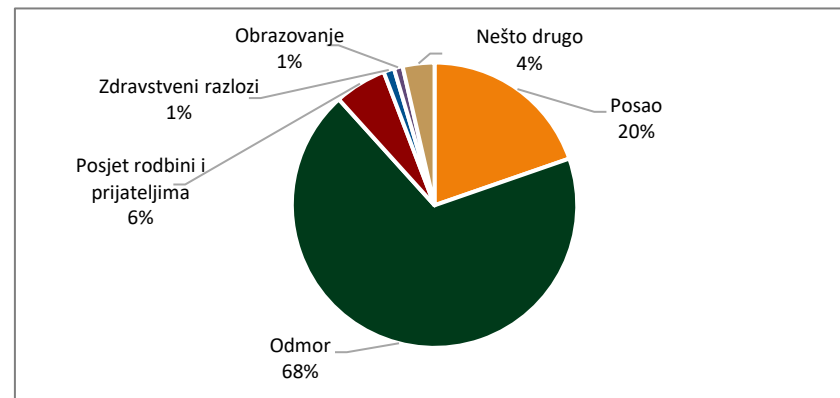
Pratnja na putovanju	Udio (%)
Sam(a)	21,9
Samo s partnerom	39,0
S članovima obitelji	28,4
S prijateljima	10,7
UKUPNO	100,0

Motivi putovanja u Međimursku županiju

- Gosti motivirani odmorom daleko su najveći segment turista u Međimurju (68%). Slijede poslovni gosti (20%), dok su ostali motivi dolaska, poput posjete rodbini i prijateljima, a posebice zdravstveni razlozi i obrazovanje, zanemarivi.
- Poslovni gosti najčešće dolaze u Županiju zbog poslovnih sastanaka (43%), *team-buildinga* (20%) te u manjoj mjeri i konferencija (13%). Udio *team-building* gostiju u Međimurju bitno je viši od prosjeka Sjeverne (7%) i Kontinentalne (5%) Hrvatske, ukazujući na svojevrsnu specijalizaciju Županije za ovu tržišnu nišu.
- Odmorišni gosti u najvećoj mjeri dolaze u Međimurje motivirani wellnessom (51%). Sijede boravak u prirodi (21%) i potom skupina motiva vezanih uz manifestacije, događanja, festivale i zabavu (11%). Wellness je ne samo dominantan motiv odmorišnih putovanja u Međimursku županiju, već je ovdje snažnije zastupljen nego na području Sjeverne Hrvatske u cjelini (47%).
- Ostali motivi odmorišnih putovanja bitno su manje zastupljeni u Međimurju, kako oni iz domene aktivnog turizma, tako i oni kulturološki. No, iako ne spadaju u primarne motive putovanja u Međimurje, sport i rekreacija te gastronomija ističu se među sekundarnim motivima*, 'zaokružujući' ponudu wellnessa i boravka u prirodi te jačajući atraktivnost potonjih, za sada, osnovnih turističkih proizvoda Međimurja.

* Motivi dolaska pri mogućnosti odabira više od jednog odgovora.

Slika 3.1. Motivi putovanja u Međimursku županiju



Tablica 3.5. Motivi poslovnih putovanja

Motivi	Udio (%)
Poslovni sastanak	43,1
Konferencija	12,7
Seminar	7,9
Insentiv putovanje	0,0
Team building	19,6
Nešto drugo	16,6
UKUPNO	100,0

Tablica 3.6. Motivi odmorišnih putovanja

Motivi	Udio (%)
Wellness i toplice	51,2
Priroda	20,7
Zabava i festivali	6,3
Manifestacije i događanja	4,4
Gradovi (city break)	3,9
Ostali sportovi i rekreacija	3,6
Touring, sightseeing	3,5
Gastronomija	2,2
Selo, ruralno područje	1,4
Cikloturizam, mountain biking	1,2
Kultura i umjetnost	0,9
Planinarenje i hodanje	0,0
Nešto drugo	0,8
UKUPNO	100,0

Lojalnost gostiju

- Većina gostiju Međimurja boravila je u mjestu anketiranja prvi put (58%) što udio novih gostiju u destinacijama Međimurske županije čini višim od prosjeka Sjeverne Hrvatske (48%). Istovremeno, nešto više od četvrtine (28%) lojalni su gosti s iskustvom od 3 ili više posjete destinacijama u Međimurju.
- Slično kao i na razini Sjeverne Hrvatske u cjelini, inozemni gosti koji su boravili u Međimurju dobri su poznavatelji Hrvatske. Većina je boravila u Hrvatskoj 3 ili više puta (56%), odnosno oko trećine čak 7 ili više puta.

Izvori informacija

- Internet je daleko najvažniji izvor informacija za goste pri posjeti Međimurske županije (71%). Udio gostiju Međimurja koji se informira preko Interneta bitno je viši od prosjeka Sjeverne Hrvatske (54%) ili Kontinentalne Hrvatske (48%). Pri tome, gosti koji su prikupljali informacije o Međimurju putem Interneta, najčešće su posjećivali mrežne stranice *online* turističkih agencija (71%) i smještajnih objekata (57%), potom koristili društvene mreže (34%), a u najmanjoj su se mjeri služili web stranicama sustava turističkih zajednica (22%).
- Osim na Internet, gosti Županije oslanjali su se na preporuke rodbine i prijatelja (29%) te na vlastito iskustvo temeljeno na prijašnjem boravku (20%). Tradicionalni oblici promocije destinacije putem turističkih sajmova, oglašavanja u medijima ili preporuka agencija bitno su manje važni.

Tablica 3.7. Učestalost dolaska u Hrvatsku*

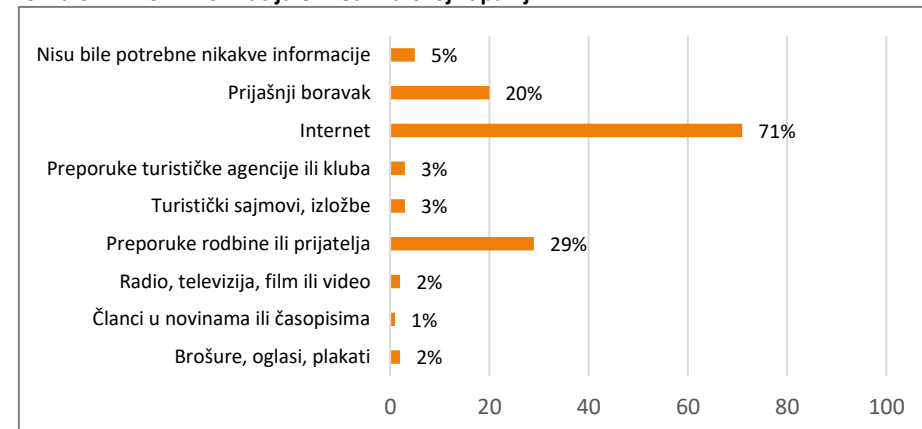
Broj posjeta Hrvatskoj	Udio (%)
Prvi posjet	24,0
Drugi posjet	19,8
3 do 6 posjeta	22,1
7 i više posjeta	33,9
UKUPNO	100,0

* Odnosi se samo na inozemne goste

Tablica 3.8. Učestalost dolaska u mjesto

Broj posjeta mjesta	Udio (%)
Prvi posjet	57,8
Drugi posjet	14,3
3 do 6 posjeta	16,8
7 i više posjeta	11,1
UKUPNO	100,0

Slika 3.2. Izvori informacija o Međimurskoj županiji*

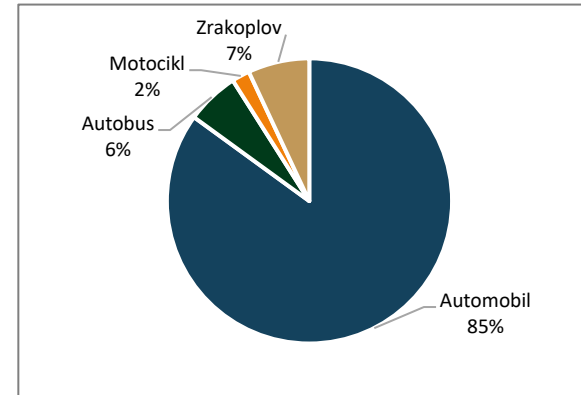


* Mogućnost više odgovora

Obilježja putovanja i boravka

- Daleko najveći udio gostiju Međimurske županije dolazi osobnim automobilom (85%). Ostala prijevozna sredstva uključuju autobus (6%), odnosno za dolazak u Hrvatsku to je i zrakoplov (7%), nakon čega slijedi cestovni prijevoz do destinacija u Županiji.
- Gosti u principu ne koriste uslugu paket aranžmana (97%). Gotovo svi rezerviraju smještaj unaprijed (98%) i to pretežito posredstvom on-line agencije (29%) i direktnim, osobnim kontaktom sa smještajnim objektom (27%), odnosno preko booking platforme objekta (19%).
- Gosti u Međimurskoj županiji najčešće ostvaruju 1 do 3 noćenja (74%), a slijedi boravak od 4 do 7 noćenja (20%). Prosječan boravak iznosi tri noćenja, što je konzistentno s dominirajućim proizvodima 'kratkog odmora' posvećenim wellnessu i/ili rekreaciji u prirodi.
- Najveći udio gostiju koristi uslugu polupansiona (43%), a potom noćenja s doručkom (16%). Oko trećina gostiju koristi samo uslugu noćenja.
- Preferirane aktivnosti gostiju tijekom turističkog boravka u Međimurju obuhvaćaju razgledavanje kulturno-povijesne baštine, posjećivanje ugostiteljskih sadržaja, u manjoj mjeri uključujući i vinsku cestu, te korištenje različitih wellness i zdravstvenih sadržaja. Uključenost ili interes gostiju za većinu ovih aktivnosti viši je od prosjeka Sjeverne Hrvatske. Istovremeno, gosti se u vrlo niskoj mjeri bave sportskim aktivnostima, uključujući pješačenje (4%), vožnju biciklom (1%), tenis (1%) ili ribolov (1%).
- Gotovo polovica gostiju Međimurske županije (47%) odlazi na samostalno organizirane izlete što je nešto više od prosjeka Sjeverne Hrvatske (41%).

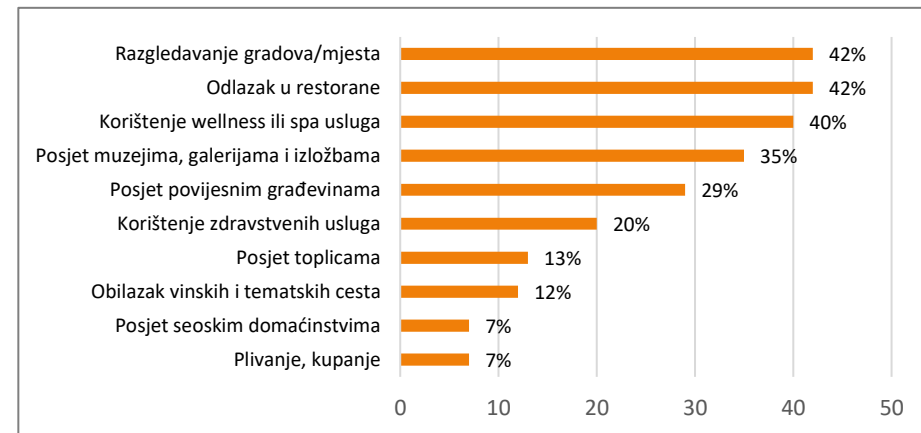
Slika 3.3. Prijevozno sredstvo



Tablica 3.9. Duljina boravka

Broj noćenja u mjestu	Udio (%)
1 do 3	74,2
4 do 7	19,8
8 do 10	3,0
11 do 14	2,0
15 do 21	1,0
UKUPNO	100,0
Prosječan broj noćenja u mjestu	3,1

Slika 3.4. Najpopularnije aktivnosti gostiju za vrijeme boravka u destinaciji*



* Mogućnost više odgovora

Zadovoljstvo ponudom

- Gosti Međimurja iskazuju visoku razinu zadovoljstva (76%) ukupnim boravkom u Županiji. Razina zadovoljstva boravkom u Međimurju neznatno je niža od prosjeka Sjeverne Hrvatske (78%).
- Najbolje ocjenjeni elementi turističke ponude Međimurja, za koje gosti iskazuju vrlo visok stupanj zadovoljstva, uključuju izrazito važne faktore uspjeha u turizmu poput osobne sigurnosti, kvalitete Interneta, gostoljubivosti i gastronomske ponude. Također je uključen i cijeli niz obilježja destinacije, od ljepote krajolika i mjesta do uređenosti i atmosfere, koji čine temelj atraktivnosti turističkih destinacija.
- Gosti iskazuju visoku razinu zadovoljstva s dostupnosti i javnim prijevozom, smještajem, različitim oblicima informiranja te ponudom kulture i umjetnosti.
- Srednji stupanj zadovoljstva gosti iskazuju ponudom biciklističkih ruta i staza, mogućnosti kvalitetnog kretanja pješice u destinaciji, prilagođenosti destinacija djeci, ali i osobama s posebnim potrebama. Gosti su, nadalje, nešto kritičniji prema događanjima i manifestacijama te kvaliteti označavanja znamenitosti.
- Najnižu razinu zadovoljstva gosti iskazuju za ponudu organiziranih izleta te s mogućnostima za kupnju.
- Gosti Međimurske županije u vrlo su visokom omjeru (97%) spremni preporučiti boravak u Međimurju rodbini i prijateljima, pri čemu većina (52%) iskazuje da je 'jako vjerojatno' da će dati preporuku. Spremnost preporuke Međimurja jednaka je spremnosti preporuke Sjeverne Hrvatske.

Tablica 3.10. Stupanj zadovoljstva elementima turističke ponude mjesta

Rang*	Elementi ponude	Stupanj zadovoljstva (%)**
1.	Osobna sigurnost	86,8
2.	Ljepota prirode i krajolika	85,0
3.	Ljepota mjesta	84,3
4.	Atmosfera, ugođaj	83,3
5.	Besplatni Internet u destinaciji	82,6
6.	Ekološka očuvanost prostora	82,3
7.	Uređenost mjesta	82,3
8.	Gostoljubivost lokalnog stanovništva	80,5
9.	Gastronomska ponuda u mjestu	80,4
10.	Informacije u destinaciji	78,3
11.	Lokalni javni prijevoz	77,9
12.	Prometna dostupnost destinacije	77,6
13.	Sportski sadržaji	72,4
14.	Informacije o zaštićenim prirodnim područjima	72,2
15.	Smještajni objekt	70,7
16.	Kultura i umjetnost	70,5
17.	Pješačke staze	70,1
18.	Mogućnost kvalitetnog kretanja pješice u destinaciji	69,9
19.	Biciklističke rute i staze	68,5
20.	Promet u mjestu	68,2
21.	Prilagođenost mjesta osobama s posebnim potrebama	65,6
22.	Prilagođenost destinacije djeci	64,3
23.	Događanja i manifestacije	61,4
24.	Označavanje znamenitosti	60,8
25.	Zabava, noćni život	60,0
26.	Ponuda organiziranih izleta u okolicu	57,6
27.	Mogućnost za kupnju	47,2
	UKUPNI BORAVAK	75,8

* Rang prema zbroju postotaka za ocjene 6 i 7 na skali od 1 (jako loše) do 7 (odlično)

** Stupanj zadovoljstva: **Vrlo visok** – 80%+; **Visok** – 70%-79,9%; **Srednji** – 60%-69,9%; **Nizak** – 50%-59,9%; **Vrlo nizak** – manje od 50%

Prosječni dnevni izdaci gostiju u Međimurskoj županiji

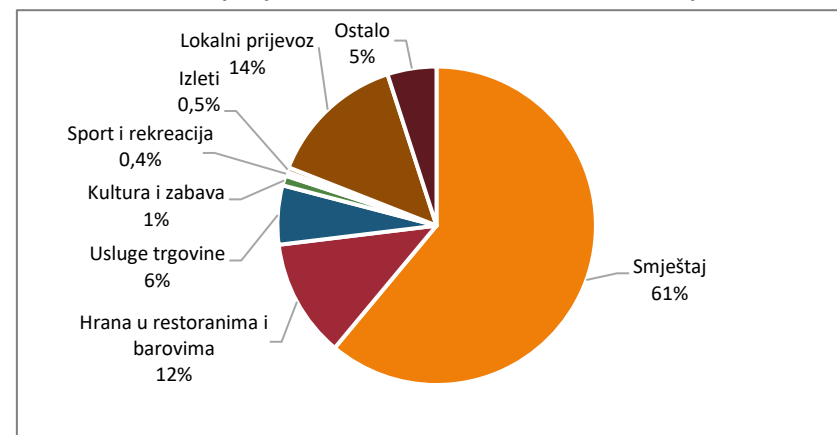
- Prosječni dnevni izdaci turista u Međimurskoj županiji iznose 98 eura po osobi što je ispod prosjeka Sjeverne Hrvatske (102 eura) i Kontinentalne Hrvatske (115 eura).
- U strukturi ukupne potrošnje gostiju u Međimurju, najviši izdatak u visini oko 60 eura ili 61% ukupnih dnevnih izdataka odnosi se na uslugu smještaja s uključenom hranom u okviru smještaja. Ovaj je trošak nešto viši od prosjeka Sjeverne Hrvatske (58 eura).
- Na usluge hrane i pića u ugostiteljskim objektima gosti u Međimurju izdvajaju nešto više od 12 eura (12%) po osobi dnevno, a na usluge trgovine oko 6 eura (6%). Ovi su izdaci nešto niži od prosjeka Sjeverne Hrvatske (hrana i piće 16 eura; trgovina 10 eura).
- Ukupna dnevna potrošnja gostiju u Međimurju na kulturu i zabavu, sport i rekreaciju te izlete iznosi niskih 1,6 eura (2%) što je također blago ispod prosjeka Sjeverne Hrvatske (2 eura).
- Značajnih skoro 14 eura (14%) dnevne potrošnje za usluge lokalnog prijevoza, uključujući lokalni javni prijevoz, taxi usluge, najam bicikla ili automobila te trošak goriva za vlastiti automobil za vrijeme boravka u Međimurju, nešto je više od prosjeka Sjeverne Hrvatske (12 eura).

Tablica 3.11. Prosječni dnevni izdaci turista po osobi (u eurima)*

	Izdaci (€)
Prosječni dnevni izdaci ukupno	98,20
Smještaj	59,96
Hrana u restoranima i barovima	12,27
Usluge trgovine	5,89
Kultura i zabava	0,72
Sport i rekreacija	0,38
Izleti	0,52
Lokalni prijevoz	13,88
Ostalo	4,58

* Napomena: Usluga smještaja uključuje i hranu u okviru smještaja (noćenje s doručkom, polupansion, puni pansion, *all-inclusive*); Lokalni prijevoz uključuje sve troškove prijevoza osim onih u dolasku i odlasku do destinacije

Slika 3.5. Struktura prosječnih dnevnih izdataka turista u Međimurju



4 Ključni nalazi i preporuke

Ključni nalazi

- **Prepoznatljivost Međimurja kao destinacije wellnessa.** Primarni motivi dolaska odmorišnih gostiju (wellness i toplice, boravak u prirodi) kao i njihove preferirane aktivnosti tijekom boravka (npr. korištenje wellness i zdravstvenih usluga, razgledavanje, odlazak u restorane) ukazuju na svojevrsnu prepoznatljivost Međimurja kao destinacije 'integralnog wellnessa' koji objedinjuje spa/topličku ponudu s boravkom u prirodi, gastronomijom i kulturom.
- **Prepoznatljivost Županije kao destinacije team-buidlinga.** Iznadprosječni udio *team-building* gostiju ukazuje na prepoznatljivost Međimurja među ovom malom nišom poslovnih gostiju, važnom zbog komplementarnosti s odmorišnim gostima u preferiranim turističkim sadržajima i u vremenu korištenja (tijekom tjedna) te zbog potencijala promocije odmora u destinaciji.
- **Visoka razina zadovoljstva ukupnim boravkom.** Gosti iskazuju vrlo visoku i visoku razinu zadovoljstva većim brojem elemenata turističke ponude, uključujući obilježja destinacije i turističke sadržaje, te je velika većina spremna preporučiti destinaciju.
- **Niska razina korištenja sportsko-rekreacijske ponude.** Primjetna je niska razina korištenja sportsko-rekreacijskih sadržaja, uključujući i biciklističku ponudu.
- **Niža turistička potrošnja u odnosu na okruženje.** Prosječni ukupni dnevni izdaci gostiju u Međimurju niži su od okruženja Sjeverne i Kontinentalne Hrvatske. Pri tome su izdaci za smještaj i lokalni prijevoz viši od prosjeka, a svi ostali izdaci (ugostiteljstvo, trgovina, izleti, kultura i zabava te sport i rekreacija) niži su od prosjeka.
- **Internet je ključan izvor informacija o ponudi Županije.** Internet je najvažniji i, u odnosu na okruženje Sjeverne i Kontinentalne Hrvatske, iznadprosječno korišten izvor informacija o Međimurju. Pri tome su najposjećenije mrežne stranice ponuđača turističkih usluga (npr. smještajni objekti, turističke agencije).

- **Visok potencijal za mobilnost gostiju.** Velika većina gostiju dolazi u Međimurje vlastitim automobilom te pokazuje iznadprosječnu sklonost odlaženja na samostalno organizirane izlete što govori u prilog visokog potencijala za mobilnost gostiju te disperziju turističke aktivnosti diljem Županije, odnosno i šire regije.



Preporuke

- Temeljem nalaza istraživanja obilježja, stavova i potrošnje turista u Međimurskoj županiji, kroz naredno plansko i razvojno razdoblje valja težiti ka sljedećim pomacima:
 - Održavati poziciju destinacije kvalitetne turističke ponude dobre vrijednosti za novac.
 - Jačati imidž Međimurja kao 'kompletne' wellness destinacije, a što podrazumijeva spoj ugone wellness tretmana, rekreacije u prirodi, eno-gastronomije i kulture kao integralnog iskustva.
 - Njegovati poziciju vodeće *team-building* destinacije.
 - Utjecati na podizanje prosječne dnevne potrošnje gosta kroz različite oblike integriranja sadržaja turističke ponude te kroz unaprijeđenu, posebice *on-line*, komunikaciju s gostima.
 - Poticati potencijal za mobilnost gostiju na način da se osmisle te adekvatno diseminiraju ideje i prijedlozi atraktivnih izleta, 'kratkim zaustavljanja' i 'slikovitih putova' u Županiji i široj regiji, namijenjenih gostima koji borave, ali i onima koji tranzitiraju kroz Županiju, bilo da se radi o samostalno ili agencijski organiziranim obilascima.

Tablični prilog

Obilježja turističke potražnje i potrošnje prema regiji

Tablica 1.
Dob turista prema regiji (%)

Dob	Hrvatska	Kontinent	Sjeverna HR	MŽ
Do 29	15,4	17,6	8,8	8,0
30 do 49	57,4	48,9	55,3	66,3
50 i više	29,9	33,6	35,9	25,7
Ukupno	100,0	100,0	100,0	100,0

Tablica 3.
Mjesečna primanja kućanstva prema regiji (%)

Primanja (eur)	Hrvatska	Kontinent	Sjeverna HR	MŽ
Do 500	0,7	1,2	1,8	2,2
501 do 1.000	3,7	7,7	9,3	6,7
1.001 do 1.500	7,0	12,6	18,8	19,6
1.501 do 2.000	11,3	13,6	20,2	14,3
2.001 do 2.500	14,2	13,1	19,1	16,0
2.501 do 3.000	14,6	13,1	17,0	23,5
3.001 do 3.500	13,4	8,8	7,8	6,1
3.501 do 4.000	13,5	9,0	3,4	5,3
4.001 do 5.000	9,7	8,6	1,0	2,5
5.001 i više	11,9	12,2	1,6	3,8
Ukupno	100,0	100,0	100,0	100,0

Tablica 2.
Stupanj obrazovanja prema regiji (%)

Završena škola	Hrvatska	Kontinent	Sjeverna HR	MŽ
Srednja ili niže	24,6	17,4	28,2	21,3
Viša škola	32,9	34,5	38,3	39,8
Fakultet i više	42,5	48,1	33,5	38,9
Ukupno	100,0	100,0	100,0	100,0

Tablica 4.
Pratnja na putovanju prema regiji (%)

Pratnja	Hrvatska	Kontinent	Sjeverna HR	MŽ
Sam	8,4	38,0	29,3	21,9
S partnerom	39,1	31,9	40,7	39,0
S članovima obitelji	41,4	14,0	21,6	28,4
S prijateljima	11,1	16,1	8,4	10,7
Ukupno	100,0	100,0	100,0	100,0

Tablica 5.
Glavni razlozi putovanja prema regiji (%)

Razlozi	Hrvatska	Kontinent	Sjeverna HR	MŽ
Posao	4,1	21,7	21,4	19,7
Odmor	91,1	62,7	60,5	68,6
Posjet rodbini i prijateljima	1,9	6,2	8,1	5,9
Zdravstveni razlozi	1,0	3,4	4,9	1,2
Vjerski razlozi	0,3	0,4	0,8	0,0
Obrazovanje	0,5	1,6	1,0	1,0
Nešto drugo	1,2	4,0	3,3	3,6
Ukupno	100,0	100,0	100,0	100,0

Tablica 6.
Glavni motivi poslovnih putovanja prema regiji* (%)

Motivi	Hrvatska	Kontinent	Sjeverna HR	MŽ
Poslovni sastanak	45,9	62,2	55,7	43,1
Konferencija	17,8	11,6	13,7	12,7
Seminar	13,2	10,8	15,1	7,9
Incentiv putovanje	4,9	5,0	7,2	0,0
Team building	1,5	0,9	0,0	19,6
Nešto drugo	16,8	9,5	8,3	16,6
Ukupno	100,0	100,0	100,0	100,0

* Odnosi se samo na turiste koji su naveli 'posao' kao glavni razlog putovanja

Tablica 7.

Glavni motivi odmorišnih putovanja prema regiji* (%)

Motivi	Hrvatska	Kontinent	Sjeverna HR	MŽ
More	66,0	0,5	0,5	0,0
Priroda	13,3	33,6	22,7	20,7
Touring/sightseeing	7,0	13,6	6,0	3,5
Gradovi (city break)	4,9	27,7	6,4	3,9
Kultura i umjetnost	2,0	2,6	1,5	0,9
Zabava i festivali	1,5	2,3	3,5	6,3
Sela, ruralno područje	0,9	2,6	2,3	1,4
Manifestacije i događanja	0,8	3,7	4,2	4,4
Gastronomija	0,7	1,9	1,7	2,2
Wellness, toplice	0,6	6,8	46,6	51,2
Ostali sportovi i rekreacija	0,6	1,0	1,4	3,6
Cikloturizam, <i>mountain bike</i>	0,3	0,6	0,6	1,2
Planinarenje, hodaње	0,2	1,0	0,4	0,0
Nešto drugo	1,3	2,1	2,3	0,8
Ukupno	100,0	100,0	100,0	100,0

* Odnosi se samo na turiste koji su naveli 'odmor' kao glavni razlog putovanja

Tablica 8.

Duljina boravka u turističkom mjestu prema regiji* (%)

Broj noćenja	Hrvatska	Kontinent	Sjeverna HR	MŽ
1 do 3	20,8	80,3	78,0	74,2
4 do 7	49,2	15,7	17,6	19,8
8 do 10	14,2	1,6	1,7	3,0
11 do 14	8,1	0,8	1,4	2,0
15 do 21	5,9	1,1	1,1	1,0
22 do 28	0,8	0,1	0,1	0,0
29 i više	1,0	0,4	0,2	0,0
Ukupno	100,0	100,0	100,0	100,0
Prosječan broj noćenja u mjestu	7,3	2,9	2,9	4,0

Tablica 9.
Izvori informacija prema regiji* (%)

Izvori informacija	Hrvatska	Kontinent	Sjeverna HR	MŽ
Internet	55,1	47,6	54,1	71,4
Preporuke rodbine i prijatelja	25,4	26,7	29,9	29,3
Prijašnji boravak	22,2	19,9	27,7	20,1
Preporuke turističke agencije	10,3	23,3	7,2	2,8
Brošure, oglasi, plakati	5,2	4,8	3,1	2,1
Radio, TV, film ili video	5,1	3,2	1,9	1,9
Turistički sajmovi, izložbe	4,8	5,0	1,8	2,6
Članci u novinama, časopisima	3,3	1,7	2,4	0,7
Nisu bile potrebne informacije	8,6	13,4	9,9	5,0

- Mogućnost više odgovora

Tablica 10.
Internet kao izvor informacija prema regiji* (%)

Izvori informacija	Hrvatska	Kontinent	Sjeverna HR	MŽ
<i>Online</i> turističke agencije	61,1	47,7	59,1	70,6
Društvene mreže	48,1	40,8	31,3	34,3
Stranice smještajnih objekata	41,7	38,3	61,6	57,0
Stranice turističkih zajednica	30,6	52,0	16,3	22,4

- Mogućnost više odgovora
- Napomena: Na skupu ispitanika koji su koristili Internet kao izvor informacija

Tablica 11.
Stupanj zadovoljstva elementima turističke ponude mjesta prema regiji* (%)

Elementi ponude	Hrvatska	Kontinent	Sjeverna HR	MŽ
Ljepota prirode i krajolika	87,8	89,3	83,0	85,0
Ljepota mjesta	86,2	87,5	81,4	84,3
Osobna sigurnost	84,5	93,8	88,5	86,8
Atmosfera, ugođaj	82,6	88,2	82,7	83,3
Gostoljubivost lokalnog stanovništva	82,6	91,1	84,2	80,5
Uređenost mjesta	78,5	81,5	74,8	82,3
Smještajni objekt	76,7	79,2	75,5	70,7
Informacije u destinaciji	76,4	77,9	82,0	78,3
Ekološka očuvanost prostora	76,3	75,4	79,8	82,3
Mogućnost kvalitetnog kretanja pješice u mjestu	76,2	82,3	77,4	69,9
Prilagođenost destinacije djeci	75,4	83,1	72,8	64,3
Pješačke staze	75,0	81,3	75,6	70,1
Prometna dostupnost destinacije	74,2	80,5	78,0	77,6
Gastronomska ponuda u mjestu	72,0	82,7	73,3	80,4
Označavanje znamenitosti	71,8	79,6	75,2	60,8
Kultura i umjetnost	71,2	82,7	80,0	70,5
Besplatni Internet u destinaciji	69,6	78,8	83,7	82,6
Ponuda organiziranih izleta u okolici	69,4	62,9	61,1	57,6
Informacije o zaštićenim prirodnim područjima	68,8	60,7	76,7	72,2
Biciklističke rute i staze	67,0	59,6	70,7	68,5
Lokalni javni prijevoz	63,3	68,1	69,1	77,9
Sportski sadržaji	63,2	66,5	71,0	72,4
Događanja i manifestacije	63,2	61,8	63,8	61,4
Mogućnost za kupnju	62,3	74,5	52,6	47,2
Prilagođenost mjesta osobama s posebnim potrebama	62,2	57,4	65,3	65,6
Zabava, noćni život	61,8	55,3	57,5	60,0
Promet u mjestu	42,2	66,8	72,9	68,2
Ukupan boravak	80,6	89,6	77,7	75,8

* Rang prema zbroju postotaka za ocjene 6 i 7 na skali od 1 (jako loše) do 7 (odlično)

Tablica 12.
Prosječni dnevni izdaci turista u eurima prema regiji* (eur)

Vrsta izdataka	Hrvatska	Kontinent	Sjeverna HR	MŽ
Prosječni dnevni izdaci ukupno	97,90	115,38	102,28	98,20
Smještaj	52,65	62,69	58,17	59,96
Hrana u restoranima i barovima	16,88	20,51	15,87	12,27
Usluge trgovine	11,34	14,83	10,25	5,89
Kultura i zabava	3,17	2,62	1,16	0,72
Sport i rekreacija	2,70	0,94	0,46	0,38
Izleti	2,65	1,59	0,40	0,52
Lokalni prijevoz	6,96	9,43	12,01	13,88
Ostalo	1,56	2,77	3,95	4,58

* Napomena: Usluga smještaja uključuje i hranu u okviru smještaja (noćenje s doručkom, polupansion, puni pansion, *all-inclusive*); Lokalni prijevoz uključuje sve troškove prijevoza osim onih u dolasku i odlasku do destinacije

1 Provedene aktivnosti evaluacije i unapređenja kvalitete u turizmu

U skladu s modelom Integriranog upravljanja kvalitetom u turizmu*, tijekom 2020./2021. godine provedene su sljedeće aktivnosti mjerenja učinaka, evaluacije i unapređenja kvalitete turizma u Međimurskoj županiji:

Aktivnosti/Izvještaji	Opis
Izvještaj 1: Evaluacija implementacije strateških dokumenata MŽ u turizmu	<ul style="list-style-type: none"> Provedena evaluacija razine implementacije <i>Masterplana razvoja turizma do 2020. i Strateškog marketing plana turizma 2014.-2020.</i> te ostvarenja postavljenih ciljeva.
Izvještaj 2: Istraživanje stavova lokalnih dionika u turizmu o kvaliteti turističke ponude MŽ – 2021.	<ul style="list-style-type: none"> Provedeno anketno istraživanje turističkih dionika u Međimurskoj županiji o percepciji kvalitete turističke ponude u županiji, mogućnostima razvoja i unapređenja kvalitete te o utjecaju turizma na lokalnu zajednicu.
Izvještaj 3: Istraživanje TOMAS Hrvatska 2019: Obilježja turističke potražnje u MŽ	<ul style="list-style-type: none"> Izrađen separat nacionalnog istraživanja <i>Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj – TOMAS Hrvatska 2019.</i> za Međimursku županiju s podacima o obilježjima turističke potražnje i potrošnje u županiji.
Izvještaj 4: Istraživanje stavovi lokalnog stanovništva o turizmu MŽ – 2021.	<ul style="list-style-type: none"> Provedeno anketno istraživanje lokalnog stanovništva Međimurske županije o stavovima o turizmu, percepciji kvalitete turističke ponude te mogućnostima razvoja i unapređenja kvalitete turizma u županiji.
Izvještaj 5: Metodološki okvir Informacijskog sustava turizma MŽ (MŽ:IST)	<ul style="list-style-type: none"> Izrađen prijedlog informacijskog sustava turizma Međimurske županije, s bazama podataka o turističkoj potražnji, ponudi, resursnoj osnovi i lancu vrijednosti te pokazateljima održivosti.
Posebni izvještaj: Imidž projekt: Goričan	<ul style="list-style-type: none"> Izrađen prijedlog mogućeg poslovno-upravljačkog modela, razvojnog koncepta i organizacije provođenja projekta revitalizacije starog graničnog prijelaza Goričan.
Radionice	<ul style="list-style-type: none"> Provedene radionice: 1. Evaluacija implementacije strateških dokumenata MŽ u turizmu; 2. Informacijski sustav MŽ u turizmu; 3. Imidž projekt Goričan; 4. Povezivanje sustava TZ-a.

* Vidjeti: Sustav upravljanja kvalitetom u turizmu Međimurske županije, Metodološki izvještaj, siječanj 2021.

2 Pregled rezultata provedenih aktivnosti

► Evaluacija implementacije strateških dokumenata Međimurske županije u turizmu

Masterplan razvoja turizma Međimurske županije do 2020.

- **Značajan pomak: 5 prioriternih operativnih razvojnih strategija**
 - Unapređenje destinacijske turističke infrastrukture
 - Podizanje razine kvalitete ljudskih potencijala
 - Podizanje kvalitete zaštite i turistifikacija atrakcijske osnove
 - Podizanje razine kvalitete usluga u turizmu
 - Pokretanje županijskih imidž projekata
- **Srednji pomak: 5 prioriternih operativnih razvojnih strategija**
 - Poboljšavanje ugostiteljske ponude
 - Poboljšavanje postojeće neugostiteljske turističke ponude
 - Podizanje razine dostupnosti i intražupanijske povezanosti
 - Unapređenje upravljačko-organizacijskog modela DM-a
 - Razvoj prepoznatljivog turističkog identiteta Međimurja
- **Postojeće županijske marke kvalitete:**
 - Stalan razvoj, monitoring i rast kvalitete

Strateški marketing plan turizma Međimurske županije 2014.-2020.

- **Srednji pomak: 2 skupine implementacijskih projekata**
 - Promocija i B2B aktivnosti
 - Interni marketing
- **Ograničen pomak: 1 skupina implementacijskih projekata**
 - E-marketing

Pomaci: Masterplan razvoja turizma do 2020.

- U ambiciozno postavljenom *Masterplanu turizma* planirana je provedba 34 mjere u okviru tri operativna cilja i 10 prioriternih operativnih razvojnih strategija. Na kraju planskog razdoblja sve prioritne strategije i veći dio mjera i dalje je u fazi provođenja.
- Posebno se ističu pomaci u projektima javnog sektora, i to 'mekim' projektima podrške, organizacije, podizanja vještina i brendiranja, 'tvrdim' projektima izgradnje i uređenja turističke infrastrukture i prezentacije baštine te u realizaciji imidž projekata.
- Ostvareni su sljedeći postavljeni ciljevi za razdoblje 2014.-2020.*:
 - ✓ Rast smještajnih kapaciteta za 54% ili 617 ležajeva (Cilj: rast 40%);
 - ✓ Povećanje iskorištenosti smještajnih kapaciteta na 31,1%, odnosno za 4,6 postotna poena (Cilj: povećanje za 4 postotna poena).

Pomaci: Strateški marketing plan turizma 2014.-2020.

- U SMPT-u planirano je 14 implementacijskih projekata.
- Najvažniji pomaci odnose se na izradu turističkog brend koncepta Međimurja i na brojne edukacije za različite dionike.
- Ostvareni su sljedeći postavljeni ciljevi za razdoblje 2014.-2020.*:
 - ✓ Rast registriranih noćenja u komercijalnom smještaju po prosječnoj stopi od 9,6% godišnje (Cilj: rast po prosječnoj stopi od 5% godišnje);
 - ✓ Povećanje udjela registriranih inozemnih noćenja za 10,8 postotnih poena (Cilj: povećanje za 10 postotnih poena);
 - ✓ Povećanje posjećenosti Internet stranica TZMŽ po prosječnoj stopi od 23% godišnje (Cilj: rast po prosječnoj stopi od 20% godišnje).

* Promatrano je vremensko razdoblje do kraja 2019. godine kao posljednje 'normalne' godine prije negativnih utjecaja pandemije Covid-19 na turističke tokove

Međimurska županija
TZ Međimurske županije

Sustav upravljanja kvalitetom u turizmu
Međimurske županije

Izvještaj 2
Stavovi lokalnih dionika u turizmu
o kvaliteti turističke ponude
Međimurske županije – 2021.

Veljača 2021.

Sadržaj

	Stranica
1. Uvod	3
2. Metodologija istraživanja	4
3. Rezultati istraživanja	5
4. Zaključak i preporuke	10
Prilog	11

1 Uvod

- Istraživanje *Stavovi lokalnih dionika u turizmu o kvaliteti turističke ponude Međimurske županije* predstavlja oblik samo-evaluacije stanja turističke ponude u Županiji te je jedan od osnovnih alata upravljanja kvalitetom u turizmu. Glavna obilježja istraživanja su:
 - **Cilj:** Istraživanjem se želi steći uvid u stavove te ocjenu kvalitete i konkurentnosti turističke ponude Međimurske županije iz perspektive lokalnih ponuđača usluga u turizmu u funkciji poduzimanja korektivnih mjera te unapređenja i daljnjeg razvoja turizma. U tom smislu, istraživanje predstavlja nezaobilazan input za dugoročne i kratkoročne planove razvoja turizma javnog i privatnog sektora te za upravljanje turizmom.
 - **Dinamika provedbe:** Istraživanje se provodi jednom godišnje te predstavlja najučestaliji izvor kvalitativnih informacija o stanju i kvaliteti turističke ponude u Županiji.
 - **Diseminacija rezultata:** Rezultati istraživanja komuniciraju se s lokalnim dionicima u turizmu preko Internet stranica TZ Međimurske županije te putem više javnih prezentacija.
- Istraživanje *Stavovi lokalnih dionika u turizmu o kvaliteti turističke ponude Međimurske županije, uz istraživanja stavova lokalnog stanovništva te stavova i potrošnje turista*, jedno je od tri redovna istraživanja koja organizira TZ Međimurske županije s namjerom praćenja kvalitete turističke ponude iz perspektive različitih subjekata u turizmu stvarajući na taj način integralnu sliku stanja turizma u Županiji i njegovog poželjnog daljnjeg razvoja.

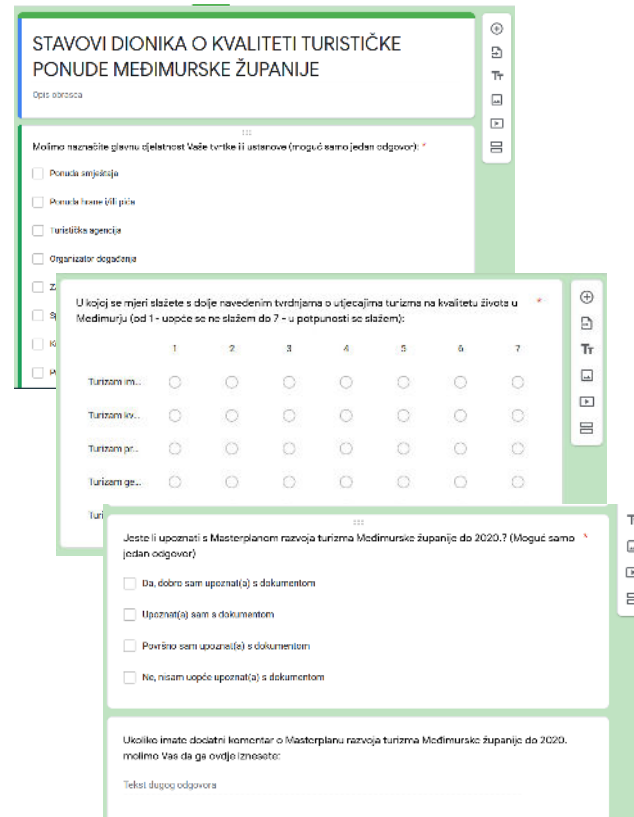
2 Metodologija istraživanja

Metodološki okvir istraživanja *Stavovi lokalnih dionika u turizmu o kvaliteti turističke ponude Međimurske županije* uključuje:

- **Sadržaj istraživanja:** Obuhvaćeni su stavovi dionika o razini kvalitete odabranih elemenata turističke ponude, mogućnostima razvoja i unapređenja kvalitete turizma te o utjecajima turizma na lokalnu zajednicu. Također se propituje razina poznavanja *Masterplana razvoja turizma Međimurske županije do 2020. godine*. Identifikacijska pitanja omogućuju razvrstavanje ispitanika prema glavnoj djelatnosti i mjestu djelovanja.
- **Organizacija istraživanja:** Istraživanje je provela TZ Međimurske županije. Turističke zajednice općina i gradova sudjelovale su kroz identifikaciju dionika u turizmu na području svoje odgovornosti te dostavu ažurnih adresa njihove elektroničke pošte TZMŽ.
- **Populacija od interesa i ispitanici:** Skup ispitanika čine dionici u javnom i privatnom sektoru izravno i neizravno uključeni u turizam. Kompilirana je lista 183 dionika na čije je adrese elektroničke pošte upućen anketni upitnik.
- **Instrument istraživanja:** Korišten je strukturirani upitnik sa zatvorenim pitanjima (skale 1-7 i DA/NE/Nisam siguran(a) odgovori). Uz svako pitanje dozvoljena je mogućnost dodavanja komentara.*
- **Metoda prikupljanja podataka:** Upitnik je prenesen na Google Form obrazac i dostavljen na adrese elektroničke pošte.
- **Razdoblje prikupljanje podataka:** Anketiranje se odvijalo u jednom valu u trajanju od pet radnih dana. Istraživanje je provedeno u razdoblju 15.2.-19.2.2021.

* Anketni upitnik nalazi se u Prilogu

Primjer dijela upitnika korištenog u istraživanju



STAVOVI DIONIKA O KVALITETI TURISTIČKE PONUDE MEĐIMURSKJE ŽUPANIJE

Opis osoba

Molimo naznačite glavnu djelatnost Vaše tvrtke ili ustanove (moguće samo jedan odgovor): *

- Ponudila agencija
- Komunalna ili priob.
- Turistička agencija
- Organizator događanja
- Z.
- P.
- K.
- A.

U kojoj se mjeri slažete s dole navedenim tvrdnjama o utjecajima turizma na kvalitetu života u Međimurju (od 1 - uopće se ne slažem do 7 - u potpunosti se slažem):

	1	2	3	4	5	6	7
Turizam im...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Turizam kv...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Turizam pr...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Turizam ge...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Turiz...

Jeste li upoznat(i) s Masterplanom razvoja turizma Međimurske županije do 2020.? (Moguće samo jedan odgovor)

- Da, dobro sam upoznat(a) s dokumentom
- Upoznat(a) sam s dokumentom
- Površno sam upoznat(e) s dokumentom
- Ne, nisam uopće upoznat(a) s dokumentom

Ukoliko imate dodatni komentar o Masterplanu razvoja turizma Međimurske županije do 2020. molimo Vas da ga ovdje iznesete:

Tehni. dugop. odgovora

3 Rezultati istraživanja

Identifikacijska obilježja ispitanika

Stopa povrata

- U istraživanju *Stavovi lokalnih dionika u turizmu o kvaliteti turističke ponude Međimurske županije* sudjelovalo je 84 ispitanika. To predstavlja stopu povrata od 46%.

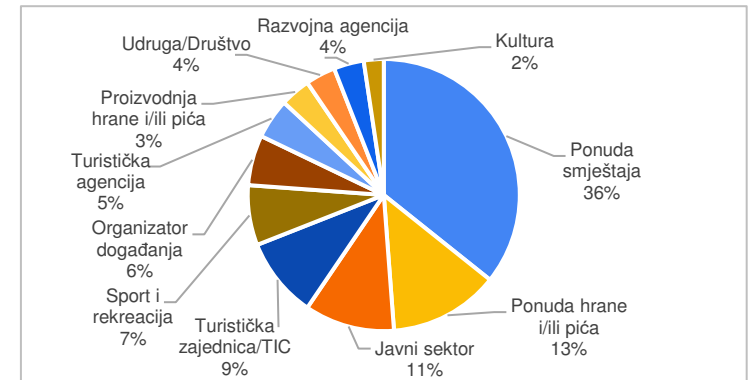
Struktura ispitanika prema glavnoj djelatnosti

- U strukturi ispitanika dominira privatni sektor (70%) u odnosu na javni (30%).
- U sklopu privatnog sektora, najveći broj ispitanika dolazi iz ugostiteljstva, konkretno ponude smještaja (36%) te ponude hrane i pića (13%), predstavljajući oko polovicu ukupnog broja učesnika u istraživanju.
- Ostali sudionici istraživanja iz privatnog sektora uključuju turističke agencije, organizatore događanja, ponuđače usluga sporta i rekreacije te proizvođače hrane i/ili pića.
- Javni sektor zastupljen je kroz sudjelovanje upravnih tijela (11%), turističkih zajednica (9%), razvojnih agencija, ponuđača usluga kulture. Među ispitanicima također je više udruga i/ili društava.

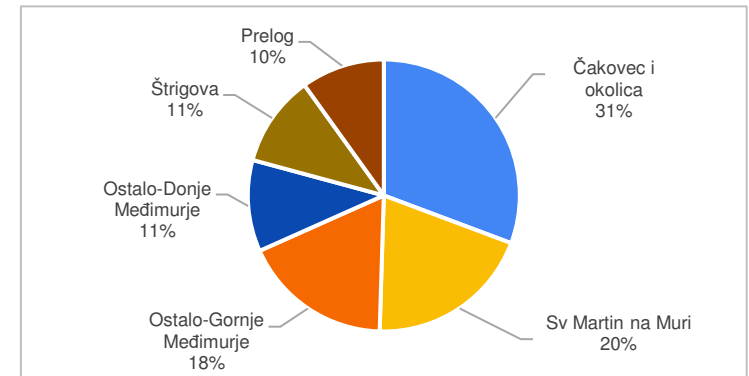
Struktura ispitanika prema mjestu djelovanja

- Najveći broj ispitanika djeluje u Čakovcu i okolici (31%), zatim Sv Martinu na Muri (20%), Štrigovi (11%) i u ostalim dijelovima Gornjeg Međimurja (18%) te potom i u Donjem Međimurju (11%) i Prelogu (10%).
- U istraživanju su zastupljena mjesta diljem Međimurske županije.

Slika 3.1. Struktura ispitanika prema glavnoj djelatnosti



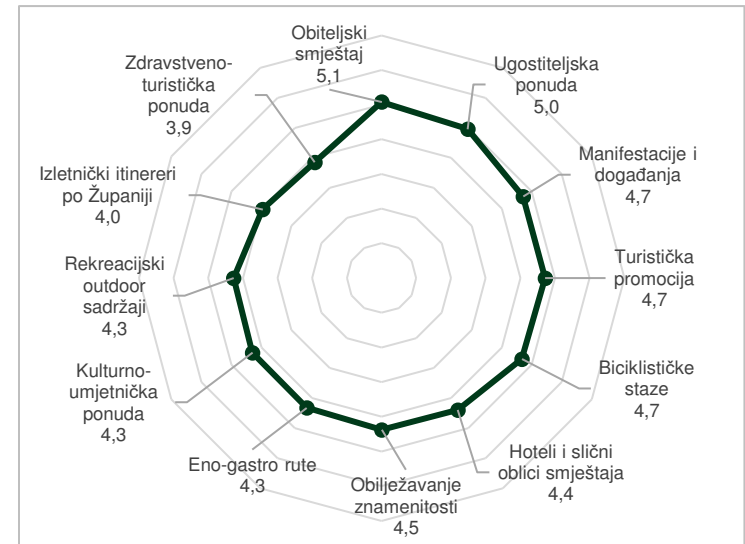
Slika 3.2. Struktura ispitanika prema mjestu djelovanja



Percepcija razine kvalitete odabranih turističkih sadržaja

- Percepcija razine kvalitete odabranih sadržaja turističke ponude Međimurske županije ocjenjivana je na skali od 1 (jako loše) do 7 (izvrsno) te se ocjena kvalitete pojedinih sadržaja iskazuje kao srednja vrijednost.
- U percepciji dionika niti jedan sadržaj turističke ponude ne ističe se najvišim ocjenama, odnosno ne smatra se 'jako dobrim' (6) ili 'izvrsnim' (7).
- Ocjene kvalitete grupirane su između 3,9 i 5,1 što ukazuje na percepciju ujednačene, granično dobre ili prosječne kvalitete bez značajnijih varijacija. Unutar tih okvira, ipak se uočavaju određene razlike u odnosu na vrste sadržaja:
 - **Osnovni sadržaji:** Najkvalitetnijim elementima ponude smatraju se osnovni turistički sadržaji, prije svega obiteljski smještaj (5,1) i ugostiteljska ponuda (5,0). Kvaliteta obiteljskog smještaja percipira se nešto višom od kvalitete hotelskih kapaciteta (4,4).
 - **Motivatori putovanja:** Najbolje ocjenjeni motivatori putovanja su biciklističke staze (4,7) te manifestacije i događanja (4,7). Slijedi jednako ocjenjen skup *outdoor* rekreacije, ponude kulture i eno-gastro ruta (4,3). Ispitanici su najkritičniji prema ponudi izletničkih itinerera po Županiji (4,0) i zdravstveno-turističkoj ponudi (3,9).
 - **Podržavajuće aktivnosti:** Kvaliteta turističke promocije (4,7) i obilježavanje znamenitosti (4,5) smatraju se 'dobra'.
- U dodatnim komentarima dionika razabire se optimizam u odnosu na kvalitetu ponude, na njezinu raznolikost, na potencijal daljnjeg razvoja i općenito smjer kretanja u turizmu. Posebno se ističu potreba i mogućnost napretka kroz snažniju promociju i plasman.

Slika 3.3. Percepcija razine kvalitete sadržaja turističke ponude



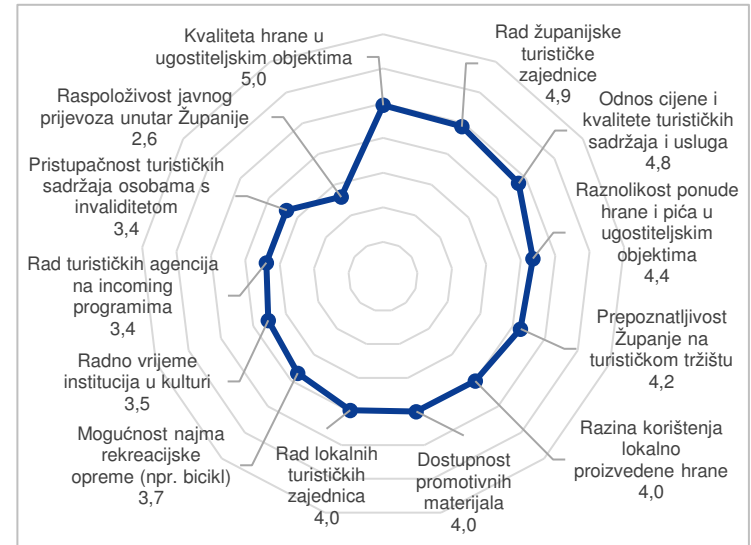
Slika 3.4. Dodatni komentari ispitanika

- ✓ *Na dobrom smo početku ... potrebno je težiti izvrsnosti ...*
- ✓ *Ponuda je raznolika ... Međimurje je destinacija s kvalitetnim sadržajima koji imaju veliki razvojni potencijal ...*
- ✓ *Nedostaje povezanost ponude s turističkim agencijama i snažnija promidžba ...*
- ✓ *Bolja promidžba i plasman na tržište su segmenti u kojima vidimo mogućnost za napredak i daljnji razvoj naše ponude ...*

Razina zadovoljstva dionika odabranim turističkim uslugama

- Razina zadovoljstva lokalnih dionika nizom turističkih usluga u Međimurskoj županiji ocjenjivana je na skali od 1 (jako nezadovoljni) do 7 (jako zadovoljni) te se ocjena zadovoljstva pojedinim uslugama iskazuje kao srednja vrijednost.
- U percepciji dionika niti jedna turistička usluga ne ističe se najvišim prosječnim ocjenama, odnosno ne smatra se 'jako dobrom' ili 'izvrsnom'.
- Ocjene zadovoljstva kreću se u rasponu od 2,6 do 5,0 što govori o sveukupno srednjoj ka nižoj razini zadovoljstva turističkim uslugama dostupnim u Županiji. Pri tome se uočavaju sljedeće razlike u odnosu na domene usluga:
 - Ugostiteljstvo:** Lokalni dionici zadovoljni su kvalitetom hrane u ugostiteljskim objektima i to je najbolje ocjenjena turistička usluga (5,0). Nešto su nezadovoljniji raznolikosti dostupne hrane i pića (4,4) i dodatno nezadovoljni razinom korištenja lokalno proizvedene hrane u turističkoj ponudi (4,0).
 - Turističke zajednice:** Ispitanici su zadovoljniji radom županijske turističke zajednice (4,9) u usporedbi s ocjenom rada sustava lokalnih turističkih zajednica (4,0).
 - Mobilnost:** Zadovoljstvo različitim aspektima mobilnosti na nižoj je razini, od mogućnosti najma rekreacijske opreme (3,7), dostupnosti sadržaja kulture (3,5), pristupačnosti turističkih sadržaja osobama s invaliditetom (3,4) do najniže ocijenjene raspoloživosti javnog prijevoza (2,6).
 - Turističke agencije:** Lokalni dionici su nezadovoljni radom turističkih agencija na *incoming* programima (3,4).
 - Promocija:** Ispitanici ocjenjuju prepoznatljivosti Županije na turističkom tržištu (4,2) i dostupnost promotivnih materijala (4,0) prihvatljivima.
 - Odnos cijene i kvalitete turističkih sadržaja i usluga:** Lokalni dionici u turizmu smatraju odnos cijene i kvalitete dobrim (4,8).
- Dodatni komentari ispitanika su heterogeni, ističući potrebu bolje povezanosti dionika u turizmu, povećanje županijskih potpora za turizam, unapređenje promocije na lokalnoj razini i usmjerenost turističkih agencija na *incoming* programe za određene tržišne niše.

Slika 3.5. Razina zadovoljstva dionika turističkim uslugama

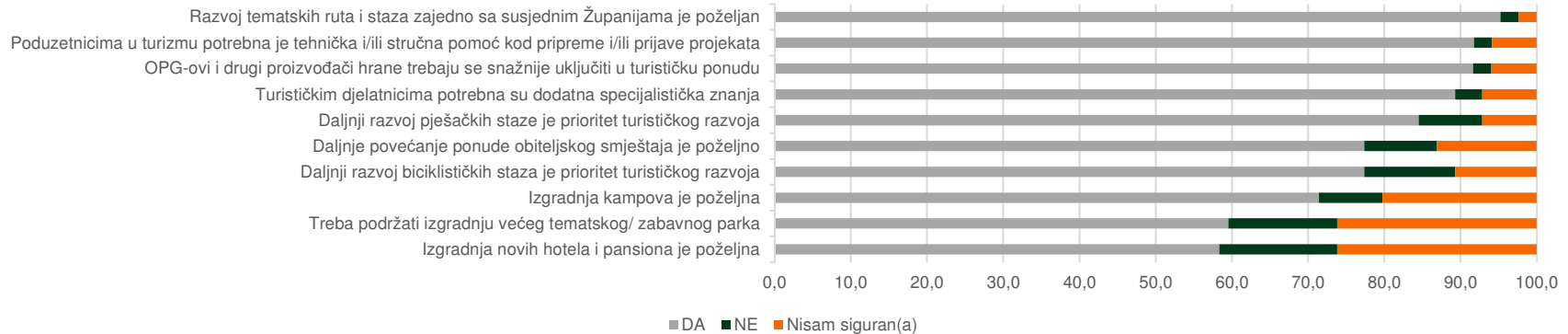


Slika 3.6. Dodatni komentari ispitanika

- ✓ *Potrebna je dodatna povezanost svih sudionika u turizmu*
- ✓ *Razvoj donjeg dijela Međimurja, kao gornjeg dijela, bio bi također važan za turističku ponudu Međimurske županije*
- ✓ *Međimurska županija ima izvrstan model za potporu turizmu i proračun bi trebao biti veći*
- ✓ *Već par godina nemamo adekvatan promotivni materijal na lokalnoj razini*
- ✓ *Previše agencija radi outgoing turizam. To nam ne treba. Treba nam fokus i plasman na određene tržišne niše*

Stavovi o mogućnostima razvoja i unapređenja kvalitete turizma

Slika 3.7. Stavovi o mogućnostima razvoja i unapređenja kvalitete turizma (u %)



- Stavovi lokalnih dionika u turizmu o mogućnostima razvoja i unapređenja kvalitete turističke ponude u Međimurskoj županiji ispitani su kroz slaganje, odnosno neslaganje s ponuđenim tvrdnjama te se iskazuju u postotnim udjelima.
- Većina ispitanika (50%+) podržava sve ponuđene razvojne pravce i inicijative unapređenja kvalitete turističke ponude. Ističu se:
 - **Snažna podrška razvoju tematskih ruta i staza u suradnji sa susjednim županijama:** Lokalni dionici u turizmu gotovo unisono (95%) podržavaju razvoj tematskih ruta i staza zajedno sa susjednim Županijama.
 - **Potreba stručne pomoći poduzetnicima u turizmu:** Vrlo visok udio ispitanika (92%) slaže se s tvrdnjom da je turističkim poduzetnicima potrebna tehnička i/ili stručna pomoć pri pripremi i/ili prijavi projekata za financiranje te da su im isto tako potrebna dodatna specijalistička znanja (89%).

- **Snažna podrška ponudi lokalnih prehrambenih proizvoda kroz turizam:** Turistički dionici snažno podržavaju (92%) uključivanje OPG-a i lokalnih proizvođača hrane u turizam.
- U odnosu na elemente turističke infrastrukture, lokalni dionici u turizmu u najvećoj mjeri smatraju prioritetnim razvoj pješačkih staza (85%), zatim daljnji razvoj biciklističkih staza (77%), dok je podrška izgradnji većeg tematskog/zabavnog parka najniža (60%).
- Kada se radi o daljnjem razvoju smještajnih kapaciteta, najviše dionika podržava povećanje ponude obiteljskog smještaja (77%), zatim kampova (71%), a tek potom novih hotela i pansiona (58%).
- U dodatnim komentarima ispitanici dodatno naglašavaju potrebu obrazovanja u turizmu, uključivo uvođenja u škole više predmeta iz ove domene. Nadalje, ističu potrebu dodatnog prostora za ponudu kulture (npr. galerije, *street art* i sl.). Konačno, upozorava se na veliki rast privatnih apartmana i ukazuje na nepoželjnost masovnosti, s napomenom da je potrebno paziti na održivost.

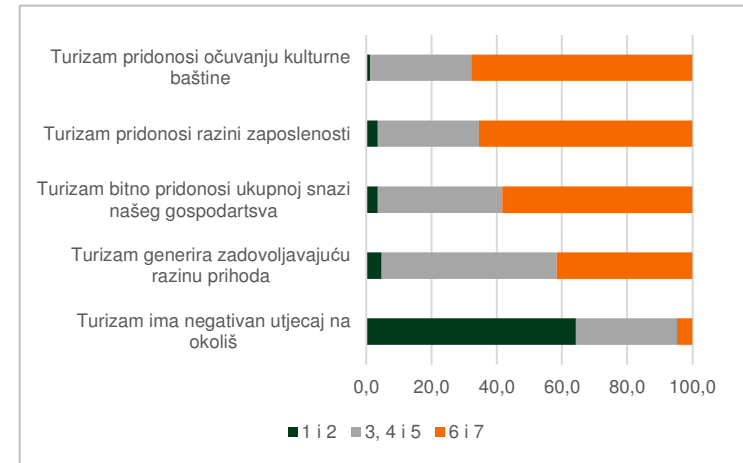
Percepcija utjecaja turizma

- Stavovi lokalnih dionika o utjecaju turizma na kvalitetu života u Međimurskoj županiji ocjenjivani su u odnosu na razinu (ne)slaganja s odabranim tvrdnjama na skali od 1 (uopće se ne slažem) do 7 (u potpunosti se slažem) te se percepcija dionika iskazuje kroz postotne udjele.
- Rezultati ukazuju na pretežito pozitivnu sliku utjecaja turizma na lokalnu kvalitetu života u Međimurju. Ako se gleda udio ispitanika koji se 'izrazito' (6) i 'u potpunosti' slažu (7) s iznesenim tvrdnjama proizlazi da se najveća korist turizma vidi u njegovom doprinosu očuvanju kulturne baštine (68%) i generiranju zaposlenosti (66%). Nešto više od polovice ispitanika (58%) također smatra da turizam pridonosi ukupnoj snazi lokalnog gospodarstva, iako je istovremeno evidentno razilaženje stavova oko mjere u kojoj turizam generira zadovoljavajuće prihode. Konačno, vrlo mali udio ispitanika sa sigurnošću tvrdi da turizam ima negativan utjecaj na okoliš, odnosno većina (64%) se ne slaže s tvrdnjom o konfliktnosti turizma i okoliša u Međimurju.

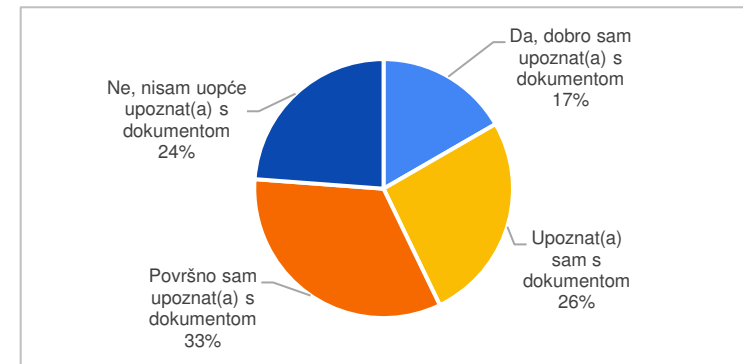
Razina poznavanja *Masterplana razvoja turizma Međimurske županije do 2020. godine*

- *Masterplan razvoja turizma Međimurske županije do 2020. godine* krovni je dokument za koordinaciju aktivnosti javnog i privatnog sektora te drugih dionika uključenih u razvoj i podizanje kvalitete turističke ponude u Županiji.
- Iako je realno za očekivati da je tek manji dio lokalnih dionika u turizmu dobro upoznat s dokumentom (17%), vrlo je visok udio onih koji su površno (33%) ili uopće nisu upoznati s dokumentom (24%), a time niti s usvojenim razvojnim pravcima i predloženim implementacijskim aktivnostima.
- U dodatnim komentarima, ispitanici ističu da je *Masterplan* potrebno detaljnije prezentirati, uz opasku da je došlo vrijeme za njegovu reviziju.

Slika 3.8. Stavovi o utjecaju turizma na lokalnu zajednicu (u %)



Slika 3.9. Razina poznavanja županijskog *Masterplana razvoja turizma*



4 Ključni nalazi i preporuke

Ključni nalazi

- Lokalni dionici u turizmu relativno su kritični u odnosu na kvalitetu postojeće turističke ponude u Međimurskoj županiji. Dominantna je percepcija sveukupno srednje, granično dobre kvalitete gdje se niti jedan od analiziranih turističkih sadržaja i usluga ne izdvaja visokom kvalitetom ili izvrsnošću.
- Turizam je pretežito percipiran kao pozitivan faktor koji pozitivno utječe na lokalnu kvalitetu života. U tom kontekstu, lokalni dionici podržavaju širok raspon razvojnih inicijativa u turizmu, među kojima se naročito ističu klusterski razvoj tematskih ruta i staza, dodatna specijalistička edukacija za poduzetnike u turizmu te daljnji razvoj turističke infrastrukture. Ispitanici također ističu potrebu snažnije promocije i plasmana incoming programa. Općenito, postojeći smjer razvoja turizma u Međimurskoj županiji ocjenjuje se dobrim.
- Razina vidljivosti *Masterplana razvoja turizma Međimurske županije do 2020.* među lokalnim dionicima u turizmu relativno je niska što umanjuje sinergijski potencijal u funkciji operacionalizacije i implementacije strateških odrednica.

Preporuke

- Usmjeravanje prema projektima unapređenja kvalitete postojeće turističke ponude, s posebnim fokusom na ljudske resurse, upravljanje destinacijama, promociji i plasmanu.
- Provođenje aktivnosti internog marketinga u funkciji bolje informiranosti i umrežavanja lokanih dionika u turizmu.
- Poticanje pro-aktivnosti lokalnih dionika te njihovo uključivanje u projektne timove pri implementaciji strateških dokumenata u turizmu.

Prilog

Tablični prilog

Tablica 1.

Glavna djelatnost tvrtke ili ustanove (moguć samo jedan odgovor), u %

Glavna djelatnost	Udio
Ponuda smještaja	35,7
Ponuda hrane i/ili pića	13,1
Javni sektor	10,7
Turistička zajednica/TIC	9,5
Sport i rekreacija	7,1
Organizator događanja	6,0
Turistička agencija	4,8
Proizvodnja hrane i pića	3,6
Udruga/Društvo	3,6
Razvojna agencija	3,6
Kultura	2,4
Ukupno	100,0

Tablica 2.

Grad ili općina pretežitog djelovanja, u %

Mjesto djelovanja	Udio
Čakovec	21,4
Donja Dubrava	2,4
Mala Subotica	2,4
Mursko Središće	2,4
Nedelišće	6,0
Prelog	9,5
Selnica	3,6
Sv Juraj na Bregu	8,3
Sv Martin na Muri	20,2
Sv Marija	2,4
Šenkovec	2,4
Štrigova	10,7
Ostala mjesta	8,4
Ukupno	100,0

Tablica 3.

Ocjena razine kvalitete elemenata turističke ponude Međimurske županije (od 1-jako loše do 7-izvrsno)

Elementi ponude	Ocjene i udio ispitanika u %							Prosječna ocjena
	1	2	3	4	5	6	7	
Hoteli i slični oblici smještaja	2,4	3,6	16,7	25,0	38,1	10,7	3,6	4,4
Obiteljski smještaj	0,0	0,0	9,5	16,7	35,7	32,1	6,0	5,1
Ugostiteljska ponuda	0,0	3,6	7,1	17,9	39,3	25,0	7,1	5,0
Biciklističke staze	0,0	3,6	9,5	29,8	35,7	16,7	4,8	4,7
Zdravstveno-turistička ponuda	4,8	10,7	20,2	32,1	25,0	4,8	2,4	3,9
Kulturno-umjetnička ponuda	0,0	9,5	15,5	26,2	35,7	10,7	2,4	4,3
Manifestacije i događanja	1,2	1,2	11,9	21,4	45,2	13,1	6,0	4,7
Eno-gastro rute	1,2	11,9	10,7	28,6	29,8	13,1	4,8	4,3
Rekreacijski <i>outdoor</i> sadržaji	2,4	3,6	14,3	40,5	25,0	11,9	2,4	4,3
Izletnički itinereri po Županiji	3,6	4,8	28,6	32,1	19,0	9,5	2,4	4,0
Obilježavanje znamenitosti	2,4	2,4	16,7	31,0	32,1	13,1	2,4	4,4
Turistička promocija	1,2	6,0	10,7	21,4	31,0	22,6	7,1	4,7

Tablica 4.

Stav o ponuđenim mogućnostima razvoja i unapređenja kvalitete turizma u Međimurskoj županiji, u %

Mogućnosti razvoja i unapređenja kvalitete turizma	Da	Ne	Nisam siguran/a
Izgradnja novih hotela i pansiona je poželjna	58,3	15,5	26,2
Treba podržati izgradnju većeg tematskog/zabavnog parka	59,5	14,3	26,2
Izgradnja kampova je poželjna	71,4	8,3	20,2
Daljnji razvoja biciklističkih staza je prioritet turističkog razvoja	77,4	11,9	10,7
Daljnje povećanje ponude obiteljskog smještaja je poželjno	77,4	9,5	13,1
Daljnji razvoj pješačkih staza je prioritet turističkog razvoja	84,5	8,3	7,1
Turističkim djelatnicima potrebna su dodatna specijalistička znanja	89,3	3,6	7,1
OPG-ovi i drugi proizvođači hrane trebaju se snažnije uključiti u turističku ponudu	91,7	2,4	6,0
Poduzetnicima u turizmu potrebna je tehnička i/ili stručna pomoć kod pripreme i/ili prijave projekata	91,8	2,4	5,9
Razvoj tematskih ruta i staza zajedno sa susjednim županijama je poželjan	95,2	2,4	2,4

Tablica 5.
Ocjena zadovoljstva odabranim aspektima turističke ponude Međimurske županije (od 1-jako nezadovoljan do 7-jako zadovoljan):

Aspekti ponude	Ocjene i udio ispitanika u %							Prosječna ocjena
	1	2	3	4	5	6	7	
Kvaliteta hrane u ugostiteljskim objektima	0,0	2,4	9,5	19,0	38,1	21,4	9,5	5,0
Razina korištenja lokalno proizvedene hrane	2,4	8,3	26,2	23,8	27,4	11,9	0,0	4,0
Raznolikost ponude hrane i pića u ugostiteljskim objektima	1,2	8,3	15,5	26,2	28,6	19,0	1,2	4,4
Mogućnost najma rekreacijske opreme (npr. bicikli)	3,6	16,7	20,2	31,0	22,6	4,8	1,2	3,7
Odnos cijene i kvalitete turističkih sadržaja i usluga	1,2	0,0	11,9	29,8	28,6	23,8	4,8	4,8
Raspoloživost javnog prijevoza unutar Županije	21,4	33,3	19,0	17,9	7,1	1,2	0,0	2,6
Pristupačnost turističkih sadržaja osobama s invaliditetom	6,0	15,5	35,7	21,4	20,2	1,2	0,0	3,4
Radno vrijeme institucija u kulturi	9,5	14,3	23,8	31,0	10,7	8,3	2,4	3,5
Rad lokalnih turističkih zajednica	6,0	17,9	15,5	21,4	19,0	14,3	6,0	4,0
Rad županijske turističke zajednice	2,4	7,1	8,3	20,2	19,0	28,6	14,3	4,9
Rad turističkih agencija na <i>incoming</i> programima	6,0	26,2	17,9	29,8	13,1	7,1	0,0	3,4
Dostupnost promotivnih materijala	3,6	14,3	21,4	20,2	25,0	10,7	4,8	4,0
Prepoznatljivost Županije na turističkom tržištu	6,0	7,1	19,0	19,0	23,8	23,8	1,2	4,2

Tablica 6.

Stav o utjecajima turizma na kvalitetu života u Međimurskoj županiji (od 1-uopće se ne slažem do 7-u potpunosti se slažem):

Stav	Ocjene i udio ispitanika u %							Prosječna ocjena
	1	2	3	4	5	6	7	
Turizam ima negativan utjecaj na okoliš	45,2	19,0	17,9	8,3	4,8	4,8	0,0	2,2
Turizam kvalitetno doprinosi razini zaposlenosti	1,2	2,4	4,8	13,1	13,1	29,8	35,7	5,7
Turizam doprinosi očuvanju kulturne baštine	1,2	0,0	3,6	7,1	20,2	23,8	44,0	5,9
Turizam generira zadovoljavajuću razinu prihoda	2,4	2,4	14,3	11,9	27,4	19,0	22,6	5,1
Turizam bitno doprinosi snazi našeg gospodarstva	1,2	2,4	6,0	15,5	16,7	21,4	36,9	5,6

Tablica 7. Razina poznavanja Masterplana razvoja turizma Međimurske županije do 2020. godine, u %

Razina poznavanja	Udio
Da, dobro sam upoznat(a) s dokumentom	16,7
Upoznat(a) sam s dokumentom	26,2
Površno sam upoznat(a) s dokumentom	33,3
Ne, nisam uopće upoznat(a) s dokumentom	23,8

Anketni upitnik

1. Molimo naznačite **glavnu** djelatnost Vaše tvrtke ili ustanove (moguće samo jedan odgovor):

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Ponuda smještaja | <input type="checkbox"/> Proizvodnja hrane i pića |
| <input type="checkbox"/> Ponuda hrane i/ili pića | <input type="checkbox"/> Trgovina |
| <input type="checkbox"/> Turistička agencija | <input type="checkbox"/> Udruga/Društvo |
| <input type="checkbox"/> Organizator događanja | <input type="checkbox"/> Razvojna agencija |
| <input type="checkbox"/> Zabava | <input type="checkbox"/> Javni sektor |
| <input type="checkbox"/> Sport i rekreacija | <input type="checkbox"/> Turistička zajednica |
| <input type="checkbox"/> Kultura | <input type="checkbox"/> Nešto drugo, što |
| | _____ |

2. Molimo naznačite grad ili općinu u kojoj djelujete (ukoliko djelujete na više mjesta, naznačite onaj grad ili općinu gdje ostvarujete najveći udio prometa):

Grad ili općina: _____

3. Molimo Vas ocijenite razinu kvalitete sljedećih elemenata turističke ponude Međimurske županije (od 1-jako loše do 7-izvršno):

Ugostiteljska ponuda	1	2	3	4	5	6	7
Hoteli i slični oblici smještaja	1	2	3	4	5	6	7
Obiteljski smještaj	1	2	3	4	5	6	7
Biciklističke staze	1	2	3	4	5	6	7
Zdravstveno-turistička ponuda	1	2	3	4	5	6	7
Kulturno-umjetnička ponuda	1	2	3	4	5	6	7
Manifestacije i događanja	1	2	3	4	5	6	7
Eno-gastro rute	1	2	3	4	5	6	7
Rekreacijski <i>outdoor</i> sadržaji	1	2	3	4	5	6	7
Izletnički itinereri po Županiji	1	2	3	4	5	6	7
Obilježavanje znamenitosti	1	2	3	4	5	6	7
Turistička promocija	1	2	3	4	5	6	7

Ukoliko imate dodatnih komentara o razini kvalitete turističke ponude Međimurske županije, molimo Vas da ih ovdje unesete:

4. Molimo Vas iznesite svoj stav o sljedećim mogućnostima razvoja i unapređenja kvalitete turizma u Međimurskoj županiji:

Daljnji razvoj biciklističkih staza je prioritet turističkog razvoja	DA	NE	Nisam siguran(a)
Daljnji razvoj pješačkih staza je prioritet turističkog razvoja	DA	NE	Nisam siguran(a)
OPG-ovi i drugi proizvođači hrane trebaju se snažnije uključiti u turističku ponudu	DA	NE	Nisam siguran(a)
Treba podržati izgradnju većeg tematskog/zabavnog parka	DA	NE	Nisam siguran(a)
Daljnje povećanje ponude obiteljskog smještaja je poželjno	DA	NE	Nisam siguran(a)
Izgradnja novih hotela i pansiona je poželjna	DA	NE	Nisam siguran(a)
Izgradnja kampova je poželjna	DA	NE	Nisam siguran(a)
Razvoj tematskih staza i ruta zajedno sa susjednim Županijama je poželjan	DA	NE	Nisam siguran(a)
Turističkim djelatnicima potreban su dodatna specijalistička znanja	DA	NE	Nisam siguran(a)
Poduzetnicima u turizmu potrebna je tehnička i/ili stručna pomoć kod pripreme i/ili prijave projekata	DA	NE	Nisam siguran(a)

Ukoliko imate dodatnih komentara o mogućnostima razvoja i unapređenja kvalitete turizma u Međimurskoj županiji, molimo Vas da ih ovdje unesete:

5. U kojoj se mjeri slažete s dolje navedenim tvrdnjama o utjecajima turizma na kvalitetu života u Međimurju (od 1- uopće se ne slažem do 7- u potpunosti se slažem):

Turizam ima negativan utjecaj na okoliš	1	2	3	4	5	6	7
Turizam kvalitetno pridonosi razini zaposlenosti	1	2	3	4	5	6	7
Turizam pridonosi očuvanju kulturne baštine	1	2	3	4	5	6	7
Turizam generira zadovoljavajuću razinu prihoda	1	2	3	4	5	6	7
Turizam bitno pridonosi ukupnoj snazi našeg gospodarstva	1	2	3	4	5	6	7

Da li smo propustili neke utjecaje turizma vidljive u Međimurskoj županiji koje smatrate važnima? Koje?

6. Molimo Vas iznesite u kojoj ste mjeri zadovoljni sljedećim aspektima turističke ponude Međimurske županije (od 1-jako nezadovoljan do 7-jako zadovoljan):

Kvaliteta hrane u ugostiteljskim objektima	1	2	3	4	5	6	7
Razina korištenja lokalno proizvedene hrane	1	2	3	4	5	6	7
Raznolikost ponude hrane i pića u ugostiteljskim objektima	1	2	3	4	5	6	7
Mogućnost najma rekreacijske opreme (npr. bicikli)	1	2	3	4	5	6	7
Odnos cijene i kvalitete turističkih sadržaja i usluga	1	2	3	4	5	6	7
Raspoloživost javnog prijevoza unutar Županije	1	2	3	4	5	6	7
Pristupačnost turističkih sadržaja osobama s invaliditetom	1	2	3	4	5	6	7
Radno vrijeme institucija u kulturi	1	2	3	4	5	6	7
Rad lokalnih turističkih zajednica	1	2	3	4	5	6	7
Rad županijske turističke zajednice	1	2	3	4	5	6	7
Rad turističkih agencija na <i>incoming</i> programima	1	2	3	4	5	6	7
Dostupnost promotivnih materijala	1	2	3	4	5	6	7
Prepoznatljivost Županije na turističkom tržištu	1	2	3	4	5	6	7

Ukoliko imate dodatnih komentara o elementima turističke ponude Međimurske županije, molimo Vas da ih ovdje unesete:

7. Da li ste upoznati s *Masterplanom razvoja turizma Međimurske županije do 2020.*? (Moguć samo jedan odgovor)

- Da, dobro sam upoznat(a) sam s dokumentom
- Upoznat(a) sam s dokumentom
- Površno sam upoznat(a) s dokumentom
- Ne, nisam uopće upoznat(a) s dokumentom

Ukoliko imate dodatni komentar o *Masterplanu razvoja turizma Međimurske županije do 2020.* molimo Vas da ga ovdje iznesete:

Međimurska županija
TZ Međimurske županije

Sustav upravljanja kvalitetom u turizmu
Međimurske županije

Izvještaj 4
Stavovi lokalnog stanovništva o
turizmu Međimurske županije –
2021.

Ožujak 2021.

Sadržaj

	Stranica
1. Uvod	3
2. Metodologija istraživanja	3
3. Rezultati istraživanja	4
4. Ključni nalazi i preporuke	8
Prilog	9

1 Uvod

- Istraživanje *Stavovi lokalnog stanovništva o turizmu Međimurske županije* omogućuje praćenje percepcije turizma u lokalnoj zajednici te je jedan od osnovnih alata upravljanja kvalitetom u turizmu. Glavna obilježja istraživanja su:
 - **Cilj:** Istraživanjem se želi steći uvid u stavove o turizmu i ocjene kvalitete turističke ponude Međimurske županije iz perspektive stanovnika u funkciji kontinuiranog praćenja podrške, potreba i primjedba lokalne zajednice vezanih uz turizam.
 - **Dinamika provedbe:** Istraživanje se provodi svakih dvije do tri godine (prati dinamiku istraživanja stavova turista).
 - **Diseminacija rezultata:** Rezultati istraživanja komuniciraju se s lokalnom javnosti preko Internet stranica TZ Međimurske županije i putem lokalnih medija.
- Istraživanje *Stavovi lokalnog stanovništva o turizmu Međimurske županije*, uz istraživanje stavova i potrošnje turista te istraživanje stavova lokalnih dionika u turizmu o kvaliteti turističke ponude u Županiji, jedno je od tri redovna istraživanja koja organizira TZ Međimurske županije s namjerom praćenja kvalitete turističke ponude iz perspektive različitih subjekata u turizmu stvarajući na taj način integralnu sliku stanja turizma u Županiji i njegovog poželjnog daljnjeg razvoja.

2 Metodologija istraživanja

Metodološki okvir istraživanja *Stavovi lokalnog stanovništva o turizmu Međimurske županije* uključuje:

- **Sadržaj istraživanja:** Obuhvaćeni su stavovi lokalnog stanovništva o turizmu te utjecaju turizma na Međimursku županiju, njihovi stavovi o sadašnjoj kvaliteti turističke ponude Županije kao i mišljenja o mogućnostima i prioritetima daljnjeg razvoja turizma u Županiji. Identifikacijska pitanja daju uvid u osnovna demografska obilježja te sadašnju uključenost i interes lokalnog stanovništva za turizam.
- **Organizacija istraživanja:** Institut za turizam i TZ Međimurske županije definirali su sadržaj upitnika i veličinu uzorka, dok je alokaciju uzorka, anketiranje i statističku obradu rezultata provela agencija za istraživanje tržišta Hendl d.o.o.
- **Populacija od interesa i ispitanici:** Stanovnici Međimurske županije u dobi od 18 do 85 godina.
- **Dizajn i veličina uzorka:** Slučajni uzorak stratificiran prema spolu, dobi i veličini naselja (prema popisu stanovništva iz 2011. godine). Anketirano je 300 osoba.
- **Instrument istraživanja:** Korišten je strukturirani upitnik sa zatvorenim pitanjima (skale 1-7, izbor među ponuđenim odgovorima, DA/NE/Nisam siguran(a) odgovori).*
- **Metoda prikupljanja podataka:** Telefonski intervju sa stanovnicima uz pomoć računala (CATI metoda).
- **Razdoblje prikupljanje podataka:** Anketiranje je provedeno u razdoblju 22.2.-5.3.2021. godine.

* Anketni upitnik nalazi se u Prilogu

3 Rezultati istraživanja

Identifikacijska obilježja ispitanika

Struktura ispitanika prema dobi i spolu

- U strukturi ispitanika relativno su ravnomjerno zastupljene 'radno intenzivne' dobne skupine između 25 i 64 godine života. Nešto je više od njih zastupljena najstarija, 65+ skupina (20%), dok najmlađa, studentska populacija sačinjava najmanji udio uzorka (11%).
- Žene su blago više (52%) zastupljene među ispitanicima od muškaraca (48%).

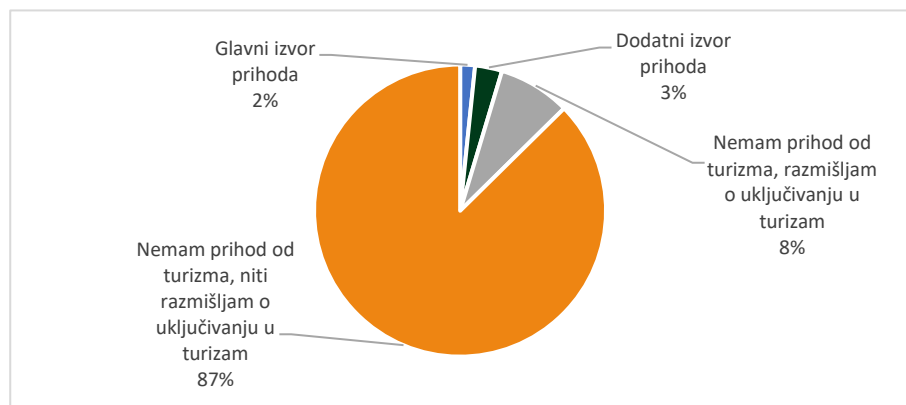
Uključenost i interes stanovnika za turizam

- Daleko najveći udio ispitanika nema prihode od turizma, niti ne razmišlja o uključivanju u turizam (87%). Ovo potvrđuje danas nisku razinu iskustva i interesa za osobno bavljenje turizmom među stanovništvom Međimurske županije (što, međutim, ne treba nužno shvatiti kao otežavajuću okolnost za daljnji razvoj turizma u Županiji).
- Ukupno oko 13% ispitanika u određenoj je mjeri orijentirano na turizam, bilo da se radi o najmanjoj grupi za koju je to već danas glavni izvor prihoda (2%), onima za koje je turizam dodatni izvor prihoda (3%) ili o skupini koja za sada nema prihode od turizma, ali razmišlja o uključivanju u turizam (8%).

Tablica 3.1. Demografska obilježja ispitanika

Dob	Udio (%)	Spol	Udio (%)
18-24	11,3	Muškarci	48,3
25-34	17,7	Žene	51,7
35-44	17,0	UKUPNO	100,0
45-54	18,7		
55-64	15,7		
65+	19,7		
UKUPNO	100,0		

Slika 3.1. Uključenost i interes stanovnika za turizam



Stavovi o turizmu

Podrška turizmu

- Stanovnici iskazuju snažnu podršku razvoju turizma te se vrlo visok udio (86%) 'u potpunosti' ili 'uglavnom' slaže s tvrdnjom da svakako treba podržati razvoj turizma u Županiji. Istovremeno, veći dio stanovnika se u nekoj mjeri slaže da prevelika ovisnost lokalnog gospodarstva o turizmu nije dobra (62%).

Percepcija koristi od turizma

- Većina stanovnika (57%) 'u potpunosti' ili 'uglavnom' se slaže da turizam općenito pridonosi boljoj kvaliteti života lokalnih ljudi. Stanovnici vide različite koristi turizma za lokalnu zajednicu. Prije svega, turizam se snažno percipira kao način lakšeg plasmana lokalnih proizvoda (84%), zatim kao faktor koji pridonosi lijepom uređenju mjesta (71%) te kao poticaj za brže uređenje rekreacijskih, kulturnih i drugih sadržaja (67%) zajedničkog standarda.

Percepcija negativnih učinaka turizma

- Stavovi stanovnika o negativnim učincima turizma, posebice utjecaja turizma na gužve i prirodnu baštinu, gotovo su suprotstavljeni. Naime, približno su jednaki udjeli onih koji percipiraju turizam kao generatora gužvi (44%) i ugrozu za prirodnu baštinu (42%) kao i onih sa suprotnim mišljenjem. S druge strane, većina stanovnika (63%) u nekoj mjeri ipak smatra da turizam ne ugrožava kulturnu baštinu.

Slika 3.2. Stavovi o turizmu (%)*

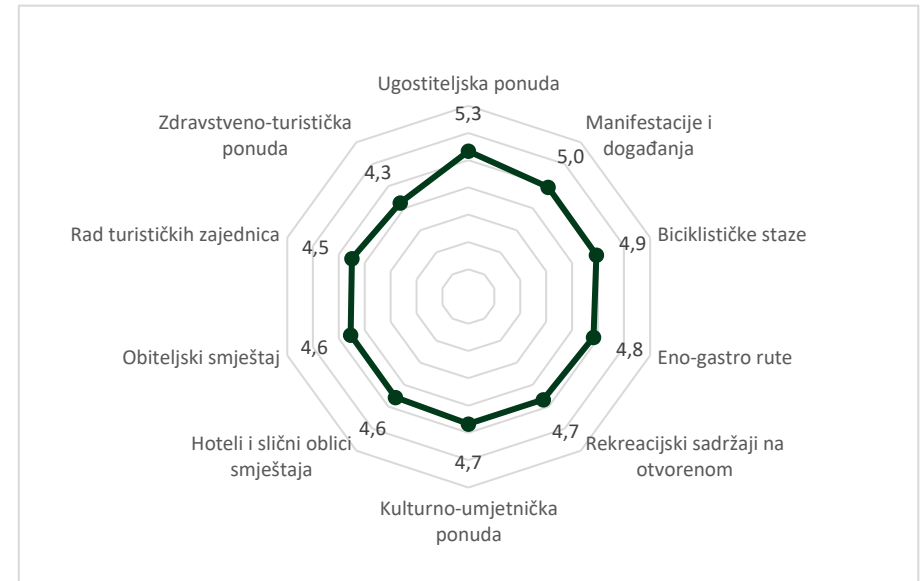


* Stavovi o turizmu ocjenjivani su na skali od 1 (uopće se ne slažem) do 7 (u potpunosti se slažem).

Ocjena kvalitete turističke ponude Međimurske županije

- Stanovnici ocjenjuju kvalitetu odabranih sadržaja turističke ponude Međimurske županije u rasponu od 4,3 do 5,3 (na skali 1-7*) što ukazuje na njihovu percepciju pretežito ujednačene, niti naročito dobre, niti loše kvalitete ponude gdje se niti jedan element ne izdvaja najvišim ocjenama, odnosno ne smatra 'jako dobrim' (6) ili 'izvrsnim' (7). U tom kontekstu percepcija kvalitete pojedinih grupa sadržaja uključuje:
 - **Osnovni sadržaji:** Lokalni stanovnici smatraju ugostiteljsku ponudu (5,3) najkvalitetnijim dijelom turističke ponude Međimurja. Percepcija kvalitete ponude smještaja nešto je niža i izjednačena između hotela i sličnih kapaciteta (4,6) te obiteljskog smještaja (4,6).
 - **Motivatori putovanja:** U očima lokalnog stanovništva, 'top tri' sadržaja posjete Međimurju su manifestacije i događanja (5,0), biciklističke staze (4,9) i eno-gastro rute (4,8). Slijede *outdoor* rekreacijski sadržaji (4,7) i kulturno-umjetnička ponuda (4,7). Najniže je ocijenjena kvaliteta zdravstveno-turističke ponude (4,3).
 - **Podržavajući sadržaji:** Ispitanici percipiraju rad sustava turističkih zajednica granično 'dobrim' (4,5).

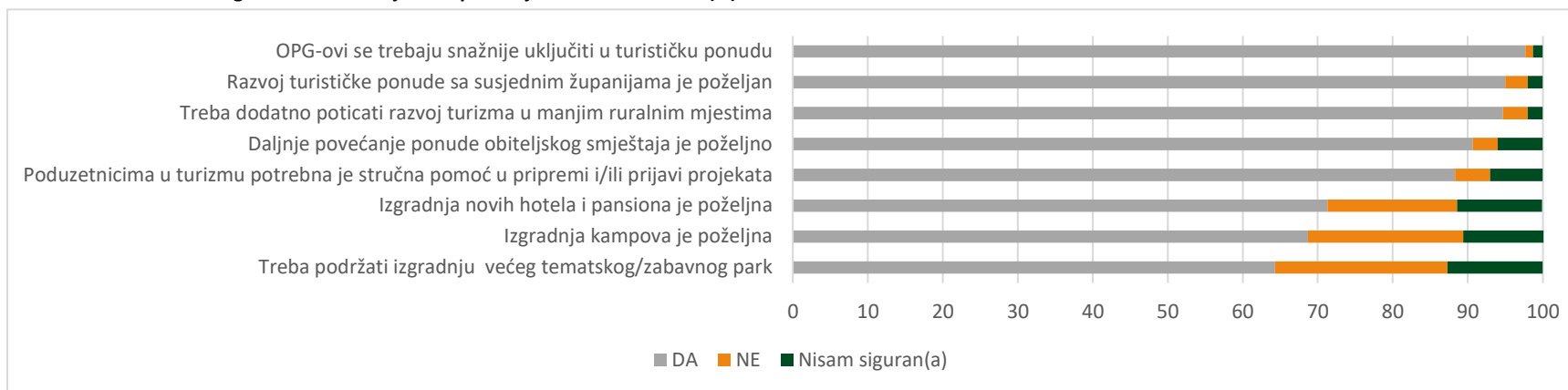
Slika 3.3. Ocjena razine kvalitete sadržaja turističke ponude*



* Percepcija razine kvalitete odabranih sadržaja turističke ponude ocjenjivana je na skali od 1 (jako loše) do 7 (izvrsno). Ocjena kvalitete pojedinih sadržaja iskazuje se kao srednja vrijednost.

Stavovi o mogućnostima razvoja i unapređenja kvalitete turizmu te perspektivnim turističkim proizvodima Međimurja

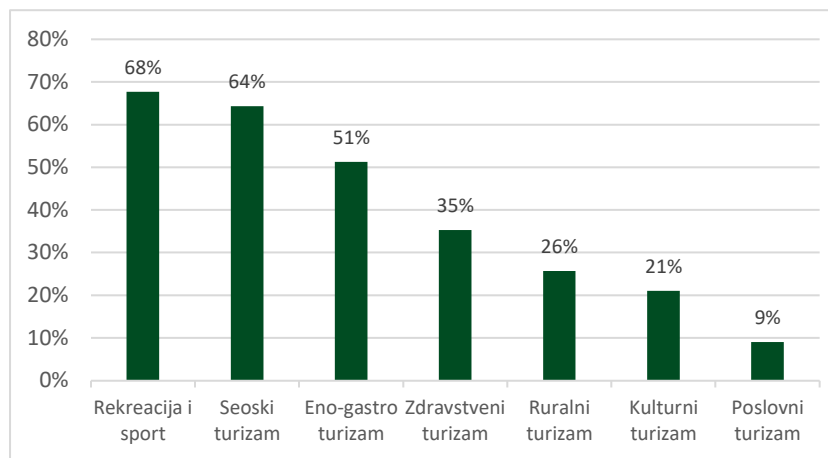
Slika 3.4. Stavovi o mogućnostima razvoja i unapređenja kvalitete turizma (%)*



* Stavovi stanovnika o mogućnostima razvoja i unapređenja kvalitete turističke ponude ispitani su kroz slaganje, odnosno neslaganje s ponuđenim tvrdnjama te se iskazuju u postotnim udjelima.

- Lokalno stanovništvo većinski podržava sve ponuđene aktivnosti razvoja i unapređenja kvalitete turističke ponude. Ističu se:
 - Izuzetno visoka podrška:** Lokalni stanovnici gotovo su jedinstveni (95%+) u podršci snažnijem razvoju turizma u ruralnim područjima, kako kroz više uključivanje OPG-a u turističku ponudu (98%), tako i dodatnim poticanjem turizma u ruralnim mjestima (95%). U jednako visokoj mjeri podržavaju i razvoj turističke ponude sa susjednim županijama (95%).
 - Vrlo visoka podrška:** Vrlo visok udio stanovnika podržava povećanje ponude obiteljskog smještaja (91%) te osiguranje pomoći poduzetnicima u turizmu pri pripremi projekata (88%).
- Stanovnici u najvećoj mjeri ističu rekreaciju i sport (68%) te seoski turizam (64%), a potom i eno-gastro turizam (51%) kao turističke proizvode s najvećim potencijalom u Međimurju. Zdravstveni (35%), ruralni (26%), kulturni (21%) i naročito poslovni turizam (9%) smatraju se manje važnim proizvodima.

Slika 3.5. Stavovi o potencijalu razvoja turističkih proizvoda (%)*



* Mogućnost više odgovora

4 Ključni nalazi i preporuke

Ključni nalazi

- **Uključenost i interes stanovnika za turizam:** Stanovnici Međimurske županije imaju nisku razinu osobnog iskustva i aspiracija u turizmu s obzirom da pretežito nisu uključeni u turističku djelatnost, a niti to planiraju biti.
- **Stavovi o turizmu:** Usprkos niskoj osobnoj uključenosti u turističku djelatnost, stanovnici snažno podržavaju razvoj turizma kao jednog od gospodarskih sektora Županije. Većina percipira niz koristi od turizma kao, prije svega, facilitatora plasmana lokalne proizvodnje, uređenja mjesta i razvoja sadržaja društvenog standarda. S druge strane, stanovnici su podijeljeni u odnosu na negativne aspekte turističkog razvoja poput gužvi na javnim mjestima ili ugrožavanja lokalne prirodne i kulturne baštine.
- **Percepcija kvalitete turističke ponude Međimurske županije:** Stanovnici vide turističku ponudu Županije kao ujednačenu, granično 'dobru', pri čemu se niti jedan ocjenjivani element ponude ne izdvaja visokom kvalitetom ili izvrsnošću.
- **Stavovi o perspektivnim oblicima turizma, mogućnostima razvoja i unapređenja kvalitete ponude:** Stanovnici vide najveću perspektivu u razvoju turističkih proizvoda rekreacije i sporta, seoskog turizma i eno-gastro turizma. Iako većina podržava cijeli raspon razvojnih mogućnosti, ističe se izuzetno visoka podrška inicijativama razvoja turizma u ruralnim, specifično seoskim ambijentima, kao i visoka podrška razvoju obiteljskog smještaja te edukaciji poduzetnika u turizmu. Stanovnici također u vrlo visokoj mjeri podržavaju razvoj turizma u suradnji sa susjednim županijama.

Preporuke

- Usmjeravanje prema projektima unapređenja kvalitete turističke ponude, s posebnim fokusom na projekte u domenama razvoja turističkih proizvoda rekreacije i sporta, seoskog turizma i eno-gastro turizma.
- Usmjeravanje na zajedničke projekte razvoja turizma sa susjednim županijama.
- Provođenje aktivnosti internog marketinga u funkciji bolje informiranosti stanovnika o aktivnostima razvoja i unapređenja kvalitete turizma u Županiji.

Prilog

Tablični prilog

Tablica 1. Spol ispitanika

Spol	n	%
Muško	145	48,3
Žensko	155	51,7
Ukupno	300	100,0

Tablica 2. Dob ispitanika

Dobna skupina	n	%
18-24	34	11,3
25-34	53	17,7
35-44	51	17,0
45-54	56	18,7
55-64	47	15,7
65+	59	19,7
Ukupno	300	100,0

Tablica 3. Uključenost i interes za turizam

Turizam je	n	%
Glavni izvor prihoda	5	1,7
Dodatni izvor prihoda	9	3,0
Nemam prihod od turizma, razmišljamo o uključivanju u turizam	24	8,0
Nemam prihod od turizma, ne razmišljam o uključivanju u turizam	262	87,3
Ukupno	300	100,0

Tablica 4. Stavovi o turizmu

Stav: 1 (uopće se ne slažem) -7 (u potpunosti se slažem)	1		2		3		4		5		6		7		Ukupno	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Svakako treba podržati razvoj turizma u Županiji	4	1,3	1	0,3	5	1,7	8	2,7	24	8,0	38	12,7	220	73,3	300	100,0
Turizam pridonosi boljoj kvaliteti života lokalnih ljudi	7	2,3	5	1,7	14	4,7	28	9,3	74	24,7	66	22,0	106	35,3	300	100,0
Prevelika ovisnost o turizmu nije dobra	16	5,3	18	6,0	26	8,7	54	18,0	64	21,3	33	11,0	89	29,7	300	100,0
Turisti stvaraju gužve	60	20,0	34	11,3	33	11,0	42	14,0	63	21,0	32	10,7	36	12,0	300	100,0
Turizam doprinosi lijepom uređenju naših mjesta	8	2,7	2	0,7	5	1,7	15	5,0	57	19,0	54	18,0	159	53,0	300	100,0
Uz turizam brže će se urediti rekreacijski, kulturni i sl. sadržaji važni za mjesto	5	1,7	5	1,7	11	3,7	17	5,7	62	20,7	54	18,0	146	48,7	300	100,0
Kroz turizam možemo lakše plasirati naše lokalne proizvode	3	1,0	2	0,7	4	1,3	4	1,3	36	12,0	51	17,0	200	66,7	300	100,0
Turizam može ugroziti našu prirodnu baštinu	62	20,7	34	11,3	35	11,7	43	14,3	72	24,0	26	8,7	28	9,3	300	100,0
Turizam može ugroziti našu kulturnu baštinu	99	33,0	47	15,7	42	14,0	22	7,3	50	16,7	17	5,7	23	7,7	300	100,0

Tablica 5. Ocjena kvalitete turističke ponude

Elementi ponude	Ocjena* (Srednja vrijednost)
Hoteli i slični oblici smještaja	4,57
Obiteljski smještaj	4,55
Ugostiteljska ponuda	5,34
Biciklističke staze	4,93
Zdravstveno-turistička ponuda	4,25
Kulturno-umjetnička ponuda	4,67
Manifestacije i događanja	4,97
Eno-gastro rute	4,82
Rekreacijski sadržaji na otvorenom	4,67
Rad turističkih zajednica	4,50

* Ocjena na skali od 1 (jako loše) – 7 (izvrsno)

Tablica 6. Potencijal turističkih proizvoda*

Turistički proizvodi	n	%
Rekreacija i sport	203	67,7
Kulturni turizam	63	21,0
Eno-gastro turizam	154	51,3
Seoski turizam	193	64,3
Zdravstveni turizam	106	35,3
Poslovni turizam	27	9,0
Ruralni turizam	77	25,7
Ukupno	300	100,0

* Mogućnost do 3 odgovora

Tablica 7. Stavovi o razvoju i unapređenju kvalitete turizma

Stav	DA		NE		Nisam siguran(a)		Ukupno	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Treba dodatno poticati razvoj turizma u manjim ruralnim mjestima	284	94,7	10	3,3	6	2,0	300	100,0
OPG-ovi se trebaju snažnije uključiti u turističku ponudu	293	97,7	3	1,0	4	1,3	300	100,0
Treba podržati izgradnju većeg tematskog/zabavnog parka	193	64,3	69	23,0	38	12,7	300	100,0
Daljnje povećanje ponude obiteljskog smještaja je poželjno	272	90,7	10	3,3	18	6,0	300	100,0
Izgradnja novih hotela i pansiona je poželjna	214	71,3	52	17,3	34	11,3	300	100,0
Izgradnja kampova je poželjna	206	68,7	62	20,7	32	10,7	300	100,0
Razvoj turističke ponude zajedno sa susjednim županijama je poželjan	285	95,0	9	3,0	6	2,0	300	100,0
Poduzetnicima u turizmu potrebna je tehnička i/ili stručna pomoć kod pripreme i/ili prijave projekata	265	88,3	14	4,7	21	7,0	300	100,0

Anketni upitnik

1. Koliko Vam je godina?

- a. 18-24
- b. 25-34
- c. 35-44
- d. 45-54
- e. 55-64
- f. 65+

2. Vama i/ili članovima Vaše uže obitelji turizam je:

- a. Glavni izvor prihoda
- b. Dodatni izvor prihoda
- c. Nemamo nikakav prihod od turizma, ali razmišljamo o uključivanju u turizam
- d. Nemamo nikakav prihod od turizma, niti razmišljamo o uključivanju u turizam

3. Pročitati ću Vam nekoliko tvrdnji o turizmu. U kojoj se mjeri slažete s njima? Odgovorite na skali od 1 (uopće se ne slažem) do 7 (u potpunosti se slažem):

Svakako treba podržati razvoj turizma u Županiji	1	2	3	4	5	6	7
Turizam pridonosi boljoj kvaliteti života lokalnih ljudi	1	2	3	4	5	6	7
Prevelika ovisnost o turizmu nije dobra	1	2	3	4	5	6	7
Turisti stvaraju gužve	1	2	3	4	5	6	7
Turizam doprinosi lijepom uređenju naših mjesta	1	2	3	4	5	6	7
Uz turizam brže će se urediti rekreacijski, kulturni sl. sadržaji važni za mjesto	1	2	3	4	5	6	7
Kroz turizam možemo lakše plasirati naše lokalne proizvode	1	2	3	4	5	6	7
Turizam može ugroziti našu prirodnu baštinu	1	2	3	4	5	6	7
Turizam može ugroziti našu kulturnu baštinu	1	2	3	4	5	6	7

4. Koje vrste turizma smatrate da imaju najveću perspektivu u Međimurskoj županiji? (Najviše tri odgovora)

- a. Rekreacija i sport
- b. Kulturni turizam
- c. Eno-gastro turizam
- d. Seoski turizam
- e. Zdravstveni turizam
- f. Poslovni turizam
- g. Ruralni turizam

5. Molimo iznesite svoj stav o sljedećim mogućnostima razvoja i unapređenja kvalitete turizma u Međimurskoj županiji:

Treba dodatno poticati razvoj turizma u manjim, ruralnim mjestima	DA	NE	Nisam siguran
OPG-ovi i drugi proizvođači hrane trebaju se snažnije uključiti u turističku ponudu	DA	NE	Nisam siguran
Treba podržati izgradnju većeg tematskog/zabavnog parka	DA	NE	Nisam siguran
Daljnje povećanje ponude obiteljskog smještaja je poželjno	DA	NE	Nisam siguran
Izgradnja novih hotela i pansiona je poželjna	DA	NE	Nisam siguran
Izgradnja kampova je poželjna	DA	NE	Nisam siguran
Razvoj turističke ponude zajedno sa susjednim županijama je poželjan	DA	NE	Nisam siguran
Poduzetnicima u turizmu potrebna je tehnička i/ili stručna pomoć u pripremi i/ili prijavi projekata	DA	NE	Nisam siguran

6. Molimo Vas ocijenite razinu kvalitete sljedećih elemenata turističke ponude Međimurske županije (od 1-jako loše do 7-izvrsno):

Hoteli i slični oblici smještaja	1	2	3	4	5	6	7
Obiteljski smještaj	1	2	3	4	5	6	7
Ugostiteljska ponuda	1	2	3	4	5	6	7
Biciklističke staze	1	2	3	4	5	6	7
Zdravstveno-turistička ponuda	1	2	3	4	5	6	7
Kulturno-umjetnička ponuda	1	2	3	4	5	6	7
Manifestacije i događanja	1	2	3	4	5	6	7
Eno-gastro rute	1	2	3	4	5	6	7
Rekreacijski sadržaji na otvorenom	1	2	3	4	5	6	7
Rad turističkih zajednica	1	2	3	4	5	6	7