

Utjecaj manifestacija na turističku ponudu Općine Sveti Martin na Muri

Jekić, Helena

Master's thesis / Specijalistički diplomski stručni

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Polytechnic of Međimurje in Čakovec / Međimursko veleučilište u Čakovcu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:110:374082>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-08**



Repository / Repozitorij:

[Polytechnic of Međimurje in Čakovec Repository - Polytechnic of Međimurje Undergraduate and Graduate Theses Repository](#)



MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU
SPECIJALISTIČKI DIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ
MENADŽMENT TURIZMA I SPORTA

HELENA JEKIĆ

UTJECAJ MANIFESTACIJA NA TURISTIČKU PONUDU OPĆINE SVETI
MARTIN NA MURI

ZAVRŠNI RAD

ČAKOVEC, 2022.

MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU
SPECIJALISTIČKI DIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ
MENADŽMENT TURIZMA I SPORTA

HELENA JEKIĆ

UTJECAJ MANIFESTACIJA NA TURISTIČKU PONUDU OPĆINE SVETI
MARTIN NA MURI

IMPACT OF EVENTS ON THE TOURIST OFFER OF SVETI MARTIN NA
MURI MUNICIPALITY

ZAVRŠNI RAD

Mentorica:
doc. dr. sc. Marina Gregorić, v. pred.

ČAKOVEC, 2022.

SAŽETAK:

Turizam je u današnje vrijeme jedan od glavnih izvora prihoda u mnogim državama. U Hrvatskoj dominiraju destinacije uz more dok se destinacije u unutrašnjosti moraju boriti kako bi postale prepoznatljive te si time omogućile bolji plasman, ali i prepoznatljivost na tržištu. Svaka destinacija treba osmisliti svoju turističku ponudu koja će biti različita od konkurencije te privlačna turistima kako bi ju posjetili. Turistička ponuda sastoji se od različitih roba i usluga koje se tada nude turistima na određenom turističkom tržištu, u određeno vrijeme i po određenoj cijeni. Jedna od dobro razvijenih turističkih destinacija svakako je Sveti Martin na Muri, najsjevernija općina u Republici Hrvatskoj. Smatra se najatraktivnijom turističkom destinacijom u kontinentalnoj Hrvatskoj. Bogata turistička ponuda mami turiste iz svih krajeva Hrvatske, ali i svijeta. Destinacija je prepoznatljiva po brojnim manifestacijama tijekom cijele godine. Jedna je od rijetkih destinacija u kojoj turizam živi 365 dana godišnje. Također je destinacija u kojoj lokalno stanovništvo sudjeluje u razvoju turizma podjednako kao i turistička zajednica tog područja. Cilj ovog rada je definirati i objasniti osnovne pojmove za lakše razumijevanje teme rada, istražiti i opisati manifestacije na području Općine Sveti Martina na Muri te istražiti tematike manifestacija koje se održavaju te u kojoj su mjeri posjećene.

Ključne riječi: turizam, Sveti Martin na Muri, manifestacije, manifestacijski turizam, turistička ponuda, utjecaj manifestacija

SADRŽAJ:

1. UVOD	3
1.1. PREDMET RADA	3
1.2. CILJEVI RADA	3
1.3. METODE RADA	3
1.4. STRUKTURA RADA	4
2. TEORIJSKI PREGLED LITERATURE	5
2.1. MANIFESTACIJE KAO TURISTIČKA PONUDA	5
2.2. POJAM MANIFESTACIJA	5
2.3. VRSTE MANIFESTACIJA	6
2.4. DEFINICIJA MANIFESTACIJSKOG TURIZMA	7
2.5. ULOGA MANIFESTACIJA U RAZVOJU TURIZMA.....	8
3. OPĆENITO O OPĆINI SVETI MARTIN NA MURI.....	10
3.1. TURIZAM U OPĆINI SVETI MARTIN NA MURI	10
3.2. SMJEŠTAJNI KAPACITETI OPĆINE SVETI MARTIN NA MURI.....	12
3.3. UGOSTITELJSKA PONUDA OPĆINE SVETI MARTIN NA MURI	14
4. ANALIZA PONUDE MANIFESTACIJA NA PODRUČJU OPĆINE SVETI MARTIN NA MURI	18
4.1. DANI TURIZMA	18
4.1.1. KLASIKA UZ MURU.....	19
4.1.2. POVORKA STARIH ZANATA I OBIČAJA	19
4.1.3. MURAKON	19
4.1.4. DANI VINA I JABUKE.....	20
4.2. KRAMPUSLAUF	20

4.3. MARTINJE	21
4.4. KRIŽNI PUT	22
4.5 VINCEKOVO	22
4.6 OLDTIMER SUSRET.....	23
5. USPOREDBA OPĆINE SVETI MARTIN NA MURI S GRADOM ZAGREBOM.....	24
6. PRIMARNO ISTRAŽIVANJE.....	26
6.1.REZULTATI ISTRAŽIVANJA.....	26
.....	28
6.2 RASPRAVA.....	31
7. ZAKLJUČAK	34
LITERATURA	36
PRILOZI	39

1. UVOD

1.1. PREDMET RADA

Turizam je danas postao važan faktor i jedan od najboljih načina za korištenje slobodnog vremena svakog čovjeka. Postao je velika industrija odmora i doživljaja, ali i predivnih uspomena koje turisti nose sa sobom sa svojih putovanja. Današnji turisti traže nove destinacije, ali i novitete u trenutnim ponudama. Jedna od takvih destinacija zasigurno je i Općina Sveti Martin na Muri. To je destinacija s brojnim lokalitetima, destinacija koja mami posjetitelje svojom netaknutom prirodom, kao i velikim brojem različitih manifestacija. Manifestacije iz godine u godinu broje sve više domaćih, ali i stranih gostiju. Ovim radom žele se istražiti manifestacije na području Općine Sveti Martin na Muri, opisati te utvrditi kako one utječu na turizam.

1.2. CILJEVI RADA

Ciljevi rada su otkriti kako manifestacije utječu na turističku ponudu Općine Sveti Martin na Muri; istražiti značaj i ulogu manifestacijskog turizma u povezanosti turističke ponude; utvrditi utjecaj manifestacija na lokalno stanovništvo; analizirati postojeće stanje i mogućnosti daljnjeg razvoja manifestacijskog turizma; doznati imaju li manifestacije velik utjecaje u promociji navedene općine te pomažu li u stvaranju bolje prepoznatljivosti destinacije; istražiti koje se manifestacije nude turistima i domaćem stanovništvu; opisati značaj manifestacije; utvrditi tko posjećuje manifestacije i uolikoj mjeri te istražiti tko su sudionici manifestacija.

1.3. METODE RADA

Metode primijenjene u ovome radu su istraživanje za stolom na temelju domaće i strane literature, stručnih i znanstvenih radova kao i metoda analize i sinteze te kvantitativna metoda. Kvantitativna metoda provedena je distribucijom online strukturiranog upitnika turistima koji su boravili na području Općine Sveti Martin na Muri ili ju posjetili tijekom trajanja manifestacija. Svi rezultati obrađeni su deskriptivnom statističkom analizom. Istraživanjem je obuhvaćen uzorak od 307 ispitanika. Rezultati istraživanja, kao i zaključci utemeljeni su na istraživanju. Oni doprinose boljem razumijevanju važnosti manifestacija i utjecaja na razvoj nekog područja.

1.4 STRUKTURA RADA

Rad se sastoji od sedam dijelova. Prvi dio rada odnosi se na uvod, predmet i ciljeve rada te na samu strukturu rada. U drugom dijelu opisuju se teorijski dijelovi vezani uz manifestacije i manifestacijski turizam za što lakše razumijevanje tematike. U trećem dijelu rada analizira se Općina Sveti Martin, njezin razvoj turizma te smještajna i ugostiteljska ponuda. U četvrtom dijelu predstavljaju se neke manifestacije koje se organiziraju u Općini Sveti Martin na Muri te se dublje analiziraju. Peti dio čini usporedba Općine Sveti Martin na Muri s Gradom Zagrebom. U šestom djelu rada prikazani su rezultati provedenog istraživanja. Rezultati su prikazani grafički i tabelarno. Raspravlja se o dobivenim rezultatima istraživanja te se na temelju njih donose sugestije. U posljednjem, sedmom dijelu, donose se zaključci na temelju provedenog primarnog istraživanja.

2. TEORIJSKI PREGLED LITERATURE

2.1 MANIFESTACIJE KAO TURISTIČKA PONUDA

Turistička ponuda vrlo je važna stavka svake turističke destinacije. Svaka se ponuda specificira za određenu destinaciju te je obilježena različitim sadržajima i specifičnim obilježjima tog područja. Turistička ponuda definira se kao dio tržišta koji se pojavljuje kao ponuđač robe i usluga, odnosno kao ona količina roba i usluga koja se nudi po određenim cijenama radi zadovoljenja turističkih potreba (Čavlek, Bartoluci i sur., 2011). No u današnje vrijeme više nije dovoljno ulagati samo u raznovrsnost ponude već ju treba znati i prezentirati (Hegeduš, Gregorić i sur., 2018).

Događaji su središte naše kulture življenja i današnjeg poimanja turizma. Tijekom posjeta turističkom odredištu turisti žele pustolovinu odnosno neki doživljaj u obliku događaja koji će ovjekovječiti njihov boravak u toj destinaciji. Svaki organizirani događaj je jedinstven i posebno kreiran s razlogom jer je to prilika za opuštanje koja predstavlja izvanredno i nesvakidašnje društveno ili kulturno iskustvo. Događaji se mogu okarakterizirati kao organizirana prigoda u svrhu privlačenja potencijalnog ciljnog elementa i multipliciranju zadovoljstva turista posjetom određenoj turističkoj destinaciji (Gračan, D., i Rudančić-Lugarić, A. 2013).

Pivac i Stamenković (2012) navode kako bi svrha događanja trebala biti osnova svih organizacijskih planova. No ponekad manifestacije mogu imati drugačije ciljeve. Neki od njih su sljedeći: naučiti turista nečem novom, priuštiti neko novo iskustvo, pobuditi emocije, zainteresirati ga i pokrenuti u njemu volju za promišljanjem. Općenito je zajednički cilj svih manifestacija prepoznatljivost na tržištu i privlačenje većega broja posjetitelja (Richards, 1997).

2.2. POJAM MANIFESTACIJA

U nastavku se definiraju osnovni pojmovi kako bi se mogla razumjeti tematika samoga rada.

Danas se u središte pozornosti svakog turista stavljaju doživljaji i emocije koje obogaćuju boravak u određenom mjestu. Taj se turistički boravak ujedno povezuje s potrebama turista. Takve se potrebe i doživljaji mogu ostvariti manifestacijama, stoga su one česta i nezaobilazna ponuda neke turističke destinacije.

Riječ „manifestacija“ potječe od latinske riječi *manifestare* što znači „objaviti, javno nastupati u svrhu zajedničkog izražavanja, pripadanja jednom cilju“. Manifestacija zahtijeva detaljno planiranje, vještu organizaciju, ali i dobru promociju kako bi u konačnici bila uspješna (Jovanović i Delić, 2010). Manifestacije se najčešće koriste kao dio osnovne ponude koju pruža turistička destinacija. One su kreirane kako bi zadovoljile potrebe posjetitelja, a ujedno turističkoj destinaciji ostvarile financijske te brojne druge pozitivne učinke. Manifestacije zahtijevaju odgovarajuću infrastrukturu, ne samo u prostorima, sadržajima i opremi koja omogućuje njeno održavanje nego i u klasičnim turističkim kapacitetima smještaja i prehrane (Vukonić i Čavlek, 2001).

Postoji više definicija istog pojma pa se tako prema Klaiću (1982) manifestacije definiraju kao „javni masovni nastupi u svrhu protesta, izražavanja, solidarnosti ili odobravanja“. Ključni segmenti svake manifestacije su dionici manifestacija. Dionik je osoba, grupa, organizacija ili sistem koji utječe ili može biti pod utjecajem aktivnosti, ciljeva ili politika neke organizacije. Dionici koji sudjeluju u manifestacijama mogu biti: domaćinska organizacija, lokalna zajednica, mediji, sponzori, pomoćni radnici te gledatelji i sudionici samih manifestacija (Getz 2005).

Manifestacije su vrsta događaja i kao takve uključuju ljudski rad u stvaranju neopipljive koristi za potrošača. Istovremeno se razlikuje od klasične uslužne ponude, a proširuju i poslovne mogućnosti te kvalitetno ispunjavaju aktivan odnos potrošača prema slobodnom vremenu, ističu Van Der Wagen i Carlos (2008). Suvremeni turisti tijekom posjeta destinaciji žele avanturu odnosno neki doživljaj koji će ovjekovječiti njihov boravak u toj destinaciji (Gračan, Rudančić-Lugarić, 2013).

2.3 VRSTE MANIFESTACIJA

Manifestacije su vrlo raznolike stoga se mogu kategorizirati po mnogim karakteristikama kao što su vrsta, veličina, svrha, tema, dizajn, vrijeme, mjesto i drugo. Također, manifestacije se mogu definirati kao planirani ili neplanirani privremeni događaji (Getz 2005). Vrste događaja razlikuju se po osnovnoj tematici kojom se bave. Autori Van Der Wagen i Carlos (2008) manifestacije su po vrsti podijelili na: sportska događanja, zabavna i kulturna, komercijalna i promidžbena, skupove, izložbe, festivale, obiteljska okupljanja, dobrotvorne i ostale vrste manifestacija.

Manifestacije se s obzirom na veličinu prema Van Der Wagenu i Carlosu (2008) dijele na: mega manifestacije, karakteristične manifestacije, glavne manifestacije i lokalne manifestacije.

S obzirom na sadržaj, Getz (2013) dijeli manifestacije na poslovne manifestacije, festivale i kulturne manifestacije, zabavne manifestacije i sportske manifestacije.

2.4. DEFINICIJA MANIFESTACIJSKOG TURIZMA

Manifestacije se danas nalaze u centru ponude turističkih destinacija. Putovanje radi posjete neke manifestacije stoga je razvilo novi vid turizma-manifestacijski turizam. Razlog sve brojnijim putovanjima je promjena načina života u kojem ljudi imaju više slobodnog vremena. Također, jedan od ključnih faktora je taj što se poboljšao životni standard i podigao na viši nivo.

Postoje različite definicije manifestacijskog turizma, no prema Vukoniću i Čavleku (2001), manifestacijski turizam čine svi oblici turističkog prometa koji su motivirani održavanjem različitih događanja zabavnog, znanstvenog, gastronomskog, sportskog, kulturnog i sličnog karaktera. Taj oblik turizma najviše se počeo razvijati u vrijeme modernog turizma, no tijekom prošlosti također se razvijala svijest o važnosti održavanja manifestacija, jer u mjesto održavanja dovodi više turista.

Manifestacijski turizam najčešće podrazumijeva kretanje relativno velike skupine turista na manifestacije sportskoga, kulturnoga, zabavnoga i nekoga drugoga karaktera. To mogu biti razni sportski susreti (Olimpijske igre), kulturne manifestacije (Dubrovačke ljetne igre) ili koncerti. Sukladno veličini manifestacije, njihova organizacija vrlo često uključuje i veliki broj sudionika turističke ponude i aktivnost ostalih (popratnih) djelatnosti (Pirjevec i Kesar, 2002).

Mnoge turističke atrakcije već imaju stečena iskustva u vezi s posjetiteljskim i tržišnim segmentima na kojima mogu temeljiti svoj marketinški plan i financijske resurse potrebne za promociju događaja, a njihovi razlozi i ciljevi marketinga dio su dugoročne strategije. Zajednički je cilj događajima i manifestacijama prepoznatljivost na turističkom tržištu te privlačenje sve većeg broja posjetitelja (Richards, 1997).

Manifestacijski turizam nastao je kao rezultat međusobne povezanosti turizma i sve veće valorizacije manifestacija kao turističkih atrakcija. Manifestacijski turizam ili turizam manifestacija pomaže destinacijama koje nemaju svoje autohtone atrakcije da pronađu svoje mjesto na turističkom tržištu koje je danas sve zahtjevnije. Manifestacijski turizam traži odgovarajuću infrastrukturu u klasičnim turističkim kapacitetima smještaja, prehrane, prostorima te sadržajima i opremi koje omogućavaju održavanje same manifestacije. Postojanje takve potrebne infrastrukture u velikim gradovima navelo je mnoge da forsiraju manifestacijski turizam kao moguć oblik profita. Vlasti u gradu podržavaju održavanje pojedine manifestacije izravnim financijskim sredstvima jer promotivno djeluju na pojedini dio grada te dovode nove potrošače u gradove i time povećavaju zaposlenost, a i daju veće prihode stanovnicima grada (Cetinski, Šugar i Perić 2012).

Kako bi se destinacija dobro razvijala na tržištu i bila uspješna, potrebno je da stvori svoj vlastiti brend tj. nešto po čemu će biti prepoznatljiva i drugačija od konkurencije. Brend je proizvod ili usluga napravljena isključivo svojom osobnošću i pozicioniranjem (Hankinson, 2001.). Brendiranje turističke destinacije ne može se zamisliti bez suradnje privatnog i javnog sektora, poduzetništva i države. Brendiranje proizvoda u prošlosti je odigralo važnu ulogu u marketingu i promidžbi općenito, a u današnje vrijeme posebno važnu ulogu ima i u marketingu turističke destinacije. Da bi se postiglo uspješno brendiranje destinacije, brend mora postati živ za turiste koji dolaze u destinaciju (Gregorić, Skendrović 2012).

Općina Sveti Martin na Muri ima dobro postavljenu priču kojom mami svoje turiste te je to njezin jedinstveni brend. Da bi priča držala vodu, treba posjedovati dobre temelje na kojima se brend i priča radi i bazira. Jedan od primjera je taj što su odlično povezali prošlost i sadašnjost te pretvorili to u proizvod koji se danas nudi turistima. Na prostoru samog centra Svetog Martina na Muri nekada je postojalo rimsko naselje Halicanum. Povijesnim ostacima koji su zaista pronađeni na tom prostoru oživjela se priča u punom smislu. Nabavljene su replike nošnji koje su nosili Rimljani te su postale sastavni dio kulturno-umjetničkih događanja na tim prostorima. U sklopu Hrvatske kulturno-umjetničke udruge Sveti Martin djeluje sekcija Rimljani koja je jedina takva sekcija na ovim prostorima.

2.5. ULOGA MANIFESTACIJA U RAZVOJU TURIZMA

Industrija manifestacija se rapidno razvija, toliko da se probudila potreba za znanstvenim proučavanjima. Proučavaju se učinci koji nastaju pod okriljem manifestacija. Shodno tome,

došlo se do zaključka kako manifestacije stvaraju pozitivne, ali i negativne učinke na svaki aspekt društva, na kulturni, socijalni, ekonomski, ekološki i politički. Učinci koje manifestacije stvaraju su zapravo njezini outputi koji mogu biti pozitivni i negativni, ovisno o tome s koje se perspektive promatra (Cetinski, Šugar i Perić 2012).

Petrić (2012) kaže kako učinci manifestacija mogu biti ekonomski (novčani priljev koji se javlja kao posljedica potrošnje posjetitelja, rast zaposlenosti, promocija destinacije itd.), društveni (pozitivni utjecaj na stavove lokalnog stanovništva, društveni razvoj, poboljšanje kvalitete života, buka, gužva, itd.) i ekološki (potrošnja voda, stvaranje otpada, potrošnja energije itd.).

Robinson i Noel (1991) ističu kako manifestacije ovaj uspjeh mogu zahvaliti činjenici da dobro odgovaraju promjenama koje su se dogodile u potražnji za slobodnim aktivnostima. Naime, događaji su po prirodi kratkoročni, lako dostupni, s fleksibilnom vremenskom obvezom i bogatom ponudom za sve uzraste. Brown i sur. (2004) dodaju da se rast popularnosti događaja može pripisati i raznim demografskim i psihografskim promjenama koje su se dogodile, poput povećanja razine prosječnog raspoloživog dohotka, prelaska na češća ali kraća putovanja, rasta zanimanja za iskustveno putovanje, sve većeg zanimanja za autentičnost te sve većeg zanimanja za kulturu.

Manifestacije imaju veliku moć zadržati ljude te njihov novac u destinaciji u kojoj se nalaze, umjesto da putuju van nje. Same manifestacije su također važne jer svojom animacijom potiču ljude da se vrate više puta u neku destinaciju te usto sa sobom povedu svoje poznanike, prijatelje ili rodbinu. Ostvaruju se dulji boravci i veća potrošnja kao i privlačenje publiciteta za neki objekt ili mjesto. Tako se također može privući ljude koji inače vrlo vjerojatno ni ne bi posjetili destinaciju jer ju ne smatraju dovoljno zanimljivom (Dadić 2014).

Kako bi neka destinacija privukla što više turista, najčešće je spremna učiniti sve kako bi to i postigla. Stoga je potrebno i unapređivati postojeću ponudu nekim novim, neviđenim, sadržajima. Bogat kulturni život čini određenu destinaciju potpunim, a ne samo turističkim odredištem; mjestom koje vrijedi posjetiti u različito doba godine i mjestom sa širom društvenom privlačnošću (Anholt, 2007).

3. OPĆENITO O OPĆINI SVETI MARTIN NA MURI

Općina Sveti Martin na Muri jedna je od najatraktivnijih turističkih destinacija u kontinentalnoj Hrvatskoj te je zasigurno i najzanimljivija rubna točka Lijepe Naše. Smjestila se na desnoj obali donjeg toka rijeke Mure, u dolini između zadnjih sjevernih brežuljaka međimurskih gorica – prema rijeci. Najsjevernija je geografska točka Republike Hrvatske (<https://opcina.svetimartin.hr/>). S površinom od 2525 hektara općina se svrstava u red srednje velikih općina u Međimurskoj županiji, a u red malih općina u Republici Hrvatskoj (<https://svetimartinamuri.wordpress.com/o-opcini/>). Općina se sastoji od 13 naselja: Brezovec, Marof, Gornji Koncovčak, Gradišćak, Kapelšćak, Lapšina, Toplice Sveti Martin, Vrhovljan, Žabnik, Čestijanec, Jurovčak, Jurovec i Grkavešćak.

Godine 2007. dobila je Europsku turističku nagradu izvrsnosti. (<https://mint.gov.hr/vijesti/sveti-martin-na-muri-hrvatski-pobjednik-za-europsku-turisticku-destinaciju-izvrsnosti/862>). Projekt je pokrenula Europska komisija 2006. godine te je u njemu sudjelovalo ukupno 18 hrvatskih članica. Također, 2021. godine, koja je po mnogočemu bila drugačija, Općina Sveti Martin na Muri postala je prva destinacija u Hrvatskoj u kojoj se u svim turističko-ugostiteljski objektima primjenjuju zdravstveni i sigurnosni protokoli za pridržavanje epidemioloških mjera te tako gostima pružaju veću sigurnost boravka u ovoj destinaciji za vrijeme pandemije. U sklopu „Safe stay in Croatia” certifikata gostima se omogućava lakše prepoznavanje destinacije, objekata, pružatelja smještaja, prijevoza, turističkih atrakcija i slično koji su usvojili nacionalne i svjetske standarde zdravstvene i higijenske zaštite. Ova vidljivo istaknuta oznaka „Safe stay in Croatia“ pruža informaciju svim posjetiteljima da turistički objekti djeluju prema aktualnim preporukama Svjetskog vijeća za putovanja i turizam te Hrvatskog zavoda za javno zdravstvo (<https://medjimurska-zupanija.hr/2021/04/07/sveti-martin-na-muri-postaje-prva-i-jedina-destinacija-u-hrvatskoj-u-kojoj-svi-turisticko-ugostiteljski-objekti-primjenjuju-zdravstvene-i-sigurnosne-protokole-za-pridrzavanje-epidemioloskih-mjera/>).

3.1. TURIZAM U OPĆINI SVETI MARTIN NA MURI

Teorija turističke destinacije govori nam o postojanju turističke destinacije kao mjesta na kojem je čovjek u prošlosti bio u mogućnosti zadovoljiti svoje turističke potrebe na jednom mjestu gdje su bili smješteni turistički sadržaji, da bi se ubrzo pojavila razmišljanja modernog

čovjeka koja su se suprotstavljala toj misli i došlo se do zaključka da čovjek ne može sve svoje potrebe i želje zadovoljiti na istoj točki (Vukonić i Keča, 2001).

Turistička destinacija je geografsko područje unutar kojeg turisti konzumiraju razne vrste turističkih doživljaja (Čavlek, Bartoluci i sur, 2011). Ona odražava i bitnu promjenu u filozofiji turističke politike koja težište razvoja prebacuje od smještajnog objekta na čitav prostor turističke destinacije s njenom sveukupnom gospodarskom strukturom bilo da se radi o užem ili širem lokalitetu, županiji, pokrajini ili čitavoj zemlji (Žuvela 1998).

Turističku atrakcijsku osnovu čine ključni čimbenici na kojima počiva atrakcijski potencijal općine Sveti Martin na Muri te uključuju: geološke značajke, vode, zaštićenu prirodnu baštinu, zaštićenu kulturno-povijesnu baštinu, kulturu i običaje, znamenite osobe, važne manifestacije, turističke staze putove i ceste te sportsko-rekreacijske događaje i objekte (<http://www.iztsg.hr/hr/>).

Sveti Martin na Muri razvio se kao zaista respektabilna destinacija aktivnog odmora i kvalitetnog života te može ponuditi različiti spektar turističkih resursa, atrakcija i proizvoda (besplatni turistički vodič Međimurja.).

U samom centru naselja smjestila se jednobrodna Crkva Svetog Martina na Muri koja potječe iz gotičkog razdoblja o čemu svjedoče godine 1467. i 1468. uklesane u unutrašnjosti same crkve (Korunek M., 2009.).

Najsjevernija točka Hrvatske je Žabnik. On je također dio Općine Sveti Martina na Muri. Može ga se nazvati i najbogatijim turističkim središtem od svih krajnjih točaka u Republici Hrvatskoj. Žabnik se nalazi na zaštićenom području rijeke Mure, gdje je i Ekomuzej, mlin na rijeci Muri (<https://punkufer.dnevnik.hr/clanak/sto-kriju-krajnje-tocke-hrvatske---451905.html>) te Mlinarska kuća. Mlinarska kuća je jedinstveni ugostiteljski objekt smješten na krajnjem sjeveru Hrvatske, uz tok rijeke Mure, udaljen od urbanog života, koji turistima pruža pravo mjesto za odmor uz piće. Objekt nudi široku ponudu pića, no mogu se kušati i tradicionalni međimurski kulinarski specijaliteta kao što je meso z tiblice ili desert poput međimurske gibanice (<https://visit.svetimartin.hr/mlinarska-kuca-zabnik/>). Mlinarsku kuću okružuju: labirint ljubavi, dječje igralište, stari mlin i skela. Početkom 20. st. na Muri je zabilježeno 90-ak mlinova, da bi im se broj smanjivao sve do posljednjeg mlina koji je zatvoren osamdesetih godina 20.st. kod Žabnika u Općini Sveti Martin na Muri. On je danas i

jedini rekonstruirani mlin u Hrvatskoj i kao takav važan je kao tradicijski objekt i turistička atrakcija (Jukopila 2013).

Uz samu rijeku Muru smjestila se i „Skelarska kuća“. Izgrađena radi očuvanja tradicije skelarenja i života uz rijeku Muru, pruža prihvata, daje informacije te upućuje turiste u samu destinaciju. Zamišljena je kao interpretacijski centar te kao ulazna polazna točka na područje zaštićenog krajolika rijeke Mure u Svetom Martinu na Muri. Skelarska kuća turistima, osim kao informativni centar, uz široku ponudu suvenira karakterističnih za destinaciju, omogućuje i nekoliko turističkih paketa, poput vožnje skelom i interpretacije tradicionalnih djelatnosti uz rijeku Muru, a realizirat će se i jedinstven checkpoint za sve pružatelje usluga u turizmu (<https://www.htz.hr/hr-HR/sveti-martin-na-muri-dobio-jos-jedan-turisticki-sadrzaj-skelarsku-kucu>).

3.2. SMJEŠTAJNI KAPACITETI OPĆINE SVETI MARTIN NA MURI

U današnje vrijeme turisti su postali izbirljivi kada je u pitanju smještaj. Nekada je bilo važno da se ima gdje prenoćiti, a danas traže moderno opremljene smještaje, najčešće u privatnom vlasništvu, uz što nižu cijenu i što bolju opremljenost samog smještaja. Također, smještajni kapaciteti Općine Sveti Martin na Muri u svojoj ponudi imaju velik broj privatnih iznajmljivača smještaja.

Nositelj turističkog razvoja ovog prostora su Terme Sveti Martin s glavninom smještajnih kapaciteta županije (<https://lag-medjimurskidoliibregi.hr/clanovi/sveti-martin-na-muri/>). U svojoj ponudi imaju hotel s 4 zvjezdice i kapacitetom od 320 kreveta raspoređenih u 151 moderno opremljenu sobu i 6 suitea. Također u ponudi imaju apartmansko naselje Regina sa 120 apartmana (<https://www.termesvetimartin.com/hr/o-nama/resort>). Terme su definitivno najjači pokretač turizma na ovim prostorima s popunjenošću od 80 % svojih kapaciteta tijekom cijele godine. Iz godine u godinu raste broj privatnih iznajmljivača te ih je na ovom prostoru trenutno 20, dok ih je u 2013. godini bilo registrirano svega troje (<https://visit.svetimartin.hr/odsad-lakse-do-smjestaja-tz-opcine-sveti-martin-na-muri-izdala-katalog-privatnih-iznajmljivaca/>).

Apartmenti i sobe Rea nalaze se 400 metara od centra Svetog Martina na Muri. Posjeduju dva moderno opremljena apartmana te dvije sobe. Apartmani su veličine 55m² te mogu smjestiti do najviše pet osoba, dok su sobe nešto manje te osmišljene za smještaj do najviše dvije

osobe. Cijene apartmana i soba kreću se od oko 50 eura za jednu noć za dvije osobe te gostima omogućuju kupanje u Termama Sveti Martin, a onima koji odsjedaju u njihovim sobama nude doručak u sobu (<https://apartmani-rea.com/>). Na Booking.com imaju ocjenu 9,6 što je zapravo vrlo visoka ocjena te posjeduju 121 recenziju o svom objektu, a to su sve redom pozitivni komentari. Imaju i svoju moderno opremljenu mrežnu stranicu, jednostavnu za korištenje, sa svim potrebnim informacijama.

Apartmani Lapaž i Autokamp Lapaž smjestili su se uz same Terme Sveti Martin. U ponudi imaju 26 moderno uređena apartmana. Apartmani posjeduju jednu ili dvije spavaće sobe, prostranu kupaonicu (odijeljenu od spavaće sobe staklenom stijenom, što uvelike doprinosi osjećaju prostranosti), te dnevnu sobu s kuhinjom i blagovaonom. Apartmani su veličine od 37 do 55 m². Uz svaki apartman nalazi se terasa ili balkon te jedno parkirno mjesto. U ponudi imaju i dva apartmana koji su smješteni u prizemlju te prilagođeni za osobe s invaliditetom što se rijetko viđa kod privatnih iznajmljivača. Cijene apartmana kreću se ovisno o broju osoba te veličini apartmana. Cijena apartmana u koje mogu smjestiti do tri sobe iznosi 500 kuna za jedno noćenje, a cijena onih u koje se može smjestiti do pet osoba iznosi 600 kuna za jedno noćenje. Između dvije zgrade nalazi se bazen za korisnike apartmana, punjen termalnom vodom. Također, u ponudi imaju i autokamp s 24 smještajne jedinice. Najam parcele s električnom energijom, dovodom i odvodom vode te korištenjem sanitarnog čvora iznosi 200 kuna za jednu noć. Svi korisnici autokampa u toj cijeni mogu koristiti i finsku saunu te vanjski bazen apartmana Lapaž (<http://apartmani-lapaz.com/>). Na Booking.com imaju 197 recenzija te ocjenu od 8,3 prema čemu se čini da su gosti i više nego zadovoljni čistoćom, opremljenošću i sadržajem koji im se nudi. Imaju i mrežnu stranicu s bogatim sadržajem vezanim uz samu ponudu smještaja, no ima i informacija o tome kako gosti mogu provesti svoje slobodno vrijeme te što se nalazi u blizini.

Kuća za odmor Međimurski ceker smještena je na brežuljcima, okružena šumom i livadom te je svakako idealna za ljubitelje prirode i života na selu. Za što ugodniji boravak gostiju, u uređenju je kombinirano starinsko i moderno uređenje. U ovu kuću može se smjestiti do šest osoba te su kućni ljubimci također poželjni i dobrodošli (<https://medimurskiceker.com/>). Objekt u svojoj ponudi ima klimatiziran smještaj, vrt s okućnicom i opremom za roštilj, terasu za uživanje na svježem zraku, hidromasažnu kadu, besplatni WiFi i privatno parkiralište. Cijena noćenja iznosi 120 eura. Na Booking.com ocijenjeni su najvišom ocjenom (10) te se time može reći kako su gosti impresionirani ovim privatnim objektom.

Kuća za odmor Dobranić smještena je na brežuljku iznad Termi Sveti Martin. Posjeduje tri smještajne jedinice s ukupno šest kreveta te su u objektu dozvoljeni i kućni ljubimci (<https://dobranic.com/>). Cijene se kreću od 100 do 300 eura za noćenje, ovisno o dobu godine i broju osoba. Na Booking.com ocijenjeni su visokom ocjenom (9,8). Također, imaju svoju mrežnu stranicu koja je lijepo uređena, no ne posjeduje sve potrebne informacije i vrlo je nepregledna.

Godine 2021. otvoren je i prvi vinski kamp u Hrvatskoj. Upravo se on smjestio u najsjevernijoj općini, Općinu Svati Martin na Muri. Vinski kamp Hažić nalazi se u blizini Termi Svati Martin te Vinske kuća Hažić. Posjeduje 12 parcela za kampere te osam parcela s mobilnim kućama. Veličina parcele je 80-110 m². Parcele su svoja imena dobila po najzastupljenijim sortama vinove loze u međimurskom vinogorju. Kamp posjeduje priključak za električnu energiju, sanitarnu vodu, odvod sivih voda, WiFi, EKO WC za pražnjenje kazeta kampera, ženski, muški i dječji sanitarni čvor, prostor za pranje suđa, dječje igralište te grill zonu.. Nude uslužno pranje i sušenje rublja uz nadoplatu. Postoji i mogućnost dostave doručka u formi Pinklec košare koju čine proizvodi OPG-a Hažić i ostalih lokalnih OPG-ova, i to izravno na parcelu gosta. Cijena parcele varira od 172 kn do 210 kn, ovisno o dobu godine. Za kućne ljubimce naplaćuje se dodatnih 30 kn po noćenju. Boravak za djecu do pet godina je besplatan, dok za djecu od pet do 12 godina nude popust od 30 %.

3.3. UGOSTITELJSKA PONUDA OPĆINE SVETI MARTIN NA MURI

U današnje vrijeme razvija se novi trend u kojem sve veći broj turista postaje zainteresiran za isprobavanje autohtone i tradicionalne kuhinje destinacije koju su posjetili. Na taj se način lokalnim proizvođačima hrane daje mogućnost da prezentiraju domaće proizvode, načine same proizvodnje i porijeklo, kao i izravna prodaja proizvoda organizacijom raznih promocija, degustacija i kušaonica.

Gastronomija Međimurja razvila se u skladu s prirodom i načinom života u kojima se našla. Rad na polju i u prirodi iziskivao je puno energije, a to je značilo i unos više kalorija. Jaka hrana s mnogo vrhnja, podosta suhomesnatih proizvoda te nezaobilazni krumpir i grah temelji su međimurske kuhinje na koje se nadograđuju razni slojevi, baš poput onih u međimurskoj gibanici (besplatni turistički vodič Međimurja.). Kako bi upotpunili turističku ponudu, na području Općine Sveti Martin na Muri nalazi se devet ugostiteljskih objekata koji nude raznovrsnu hranu za svačije ukuse. U ponudi se nude pizzerije i restorani koji objedinjuju

modernu i tradicionalnu kuhinju. Također, u ponudi imaju kvalitetna međimurska vina, poznata po brojnim osvojenim svjetskim nagradama.

Izletište Goričanec objekt je seoskog turizma, mjesto gdje gosti mogu uživati na svježem zraku, šetati prostranim livadama, vidjeti konje, magarce, patke te brojne druge domaće životinje, uživati u hrani i domaćim specijalitetima i vinu iz vlastite proizvodnje. Na imanju se nalazi restoran koji kombinira tradicionalnu kuhinju s daškom modernog štih. U sklopu objekta nalazi se i dječje i tenisko igralište. Prostrana livada te udaljenost od glavnih prometnica idealno su za razne proslave ili za obiteljski ručak. Nude razne domaće specijalitete poput pretepe juhe, domaćih mlinca, međimursku platu te riječne ribe. U ponudi imaju i razne deserte poput zapečenih palačinki ili međimurske gibanice. (<https://izletiste-goricanec.com/restoran.html>)

Bistro Jastreb restoran je koji se smjestio nadomak Terma Sveti Martin. U sklopu Bistrea Jastreb nalazi se manje igralište za odbojku na pijesku te dječje igralište. Svojim gostima nude domaća međimurska jela, ali i jela s roštilja i ribu (<https://www.bistro-jastreb.com/index.html>). Imaju i svoju mrežnu stranicu s informacijama koje su od pomoći njihovim potencijalnim gostima.

Klet Potrti kotač nalazi se u jedinstvenom okruženju međimurskih brežuljaka, nadaleko poznatih međimurskih vinograda i stoljetnih šuma u ambijentu u kojem se osjeća duh starinskog obiteljskog seoskog života. Posebnost kleti Potrti kotač su starine i antikviteti koji čine etnološku zbirku. U svom restoranu gosti mogu vidjeti pomagala i oruđe koja su se koristila u svakodnevnom životu prije 100 i više godina. Klet raspolaže sa 150 sjedećih mjesta i ljetnom terasom s dodatnih 80 mjesta. Osim što nude uobičajene restoranske usluge, nude i uslugu organiziranja raznih velikih svečanosti poput svadbi, krštenja, krizmi, rođendana i slično. U raznolikosti ponude kleti ističe se domaća međimurska kuhinja te bogata ponuda kvalitetnih vina lokalnih vinogradara (<https://potrti-kotac.com/>). Ispred restorana nalazi se parkiralište te dječje igralište za ugodniji boravak s obitelji. Imaju i svoju moderno uređenu mrežnu stranicu koje pruža sve potrebne informacije, uključujući i jelovnik (https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=https://potrti-kotac.com/wp-content/uploads/2021/03/Potrti_kotac_jelovnik.pdf).

Restoran Vučkovec je pansionski restoran koji se nalazi u sklopu Terma Sveti Martin. Ovaj objekt jedan je od najstarijih objekata tog kompleksa. Jela se poslužuju na buffet stolu.

Restoran je opremljen na starinski način te tako hranu serviraju u autentičnim starim zdjelama koje su napravljene od pečene gline, baš kao što su to nekad radili stari stanovnici toga mjesta. U ovom se objektu mogu proslaviti i svadbene ili neke druge svečanosti (<https://www.termesvetimartin.com/hr/gastronomija/restorani-i-barovi>).

Restoran Le Batat smješten je u Hotelu Spa Golfer, na prvom katu. U ovom su restoranu jela temeljena na batatu. To je vrsta krumpira te postoji crveni, bijeli i narančasti batat. U ovome restoranu možete isprobati tradicionalna međimurska jela pripremljena na moderan način s namjericama lokalne proizvodnje. Primjerice, tu su jela poput smuđa s ratatuom od batata, cezar salate s batatom i piletinom, falat torte, bifteka s povrćem iz woka te mnoga druga (<https://www.termesvetimartin.com/hr/gastronomija/lebatat>).

Pub Potkova se također nalazi u sklopu Termi Sveti Martin. Privlači brojne goste koji tamo mogu uživati zajedno sa svojim četveronožnim prijateljima koji su tamo i više nego dobrodošli. S obzirom na to da se ovaj objekt nalazi uz samu glavnu cestu, mami brojne bicikliste da ga posjete. U ponudi ima razna brza jela i pizze te između ostalih napitaka nudi široku ponudu točenih piva. Svakog petka goste u Pub mami živa glazba domaćih i stranih izvođača. Često se tu organiziraju i razne igre, zabave, književne večeri, projekcije, no mogu se proslaviti i privatni tulum (<https://www.termesvetimartin.com/hr/gastronomija/pub-potkova>).

Kavana i catering Arka je ugostiteljski objekt smješten u samom centru Svetog Martina na Muri. Restoran je poznat po najboljim pizzama iz krušne peći te brojnim drugim specijalitetima iz međimurske kuhinje, ribama, meksičkoj kuhinji, mesnim jelama te roštilju. U ponudi imaju i dostavu te catering uslugu. U doba pandemije, koja je zahvatila cijeli svijet, uveli su i naručivanje hrane online. Imaju i vlastitu mrežnu stranicu koja je vrlo pregledna i jednostavna za korištenje. Na njoj je dostupan i jelovnik s cijenama što gostima pruža potrebne informacije (<https://www.kavana-arka.hr/>).

Mlinarska kuća smjestila se u najsjevernijem djelu Općine Sveti Martin na Muri, uz mlin na Muri. Kuća izrađena od drva na starinski, ali i moderan način, pravi je mamac za goste koji vole boraviti na mirnom mjestu, u prirodi i na svježem zraku. Za posjetitelje je otvorena vikendom. Nudi široku ponudu pića, a tamo možete kušati razne međimurske kulinarske specijalitete (meso z tiblice) te se možete zasladiti uz desert kao što su međimurska gibanica, kolač, sladoled (<https://visit.svetimartin.hr/mlinarska-kuca-zabnik/>).

OPG Perhoć nalazi se u blizini Terma Sveti Martin na Muri. U svojoj ponudi turistima nude razgledavanje farme jelena, muflona i divljih svinja na 10 hektara livade i šume. Farma je dom običnim jelenima, jelenima lopatarima, muflonima te divljim svinjama. Farma se može posjetiti uz prethodnu najavu, vikendom je otvorena svima, a tijekom posjeta mogu se degustirati i kupiti proizvodi od divljači. Također, ako se turisti tamo zateknu u vrijeme hranjenja jelena i muflona, turisti mogu sudjelovati u samom hranjenju dajući životinjama kukuruz. U sklopu farme nalazi se i restoran Lovačka kuća Perhoć u kojem nude razne domaće međimurske specijalitete koje izrađuju sami na svom OPG-u. U ponudi imaju i suhe salame od jelena i divljači, meso z tiblice, kosanu mast te nezaobilaznu međimursku gibanicu (<https://opg-perhoc.com/o-nama.html>).

4. ANALIZA PONUDE MANIFESTACIJA NA PODRUČJU OPĆINE SVETI MARTIN NA MURI

Kako na području općine djeluje mnogo udruga i dobrovoljnih društava, one se tijekom cijele godine na različite načine uključuju u razvoj turizma, prvenstveno organizacijom i pomoći u realizaciji različitih događanja. Također svoj doprinos ističu organizacijom vlastitih manifestacija koje sada već imaju dugu tradiciju.

4.1 DANI TURIZMA

Već niz godina Turistička zajednica Općine Sveti Martin na Muri organizira manifestaciju pod nazivom „Dani turizma“. Tradicijski se održava u srpnju i u kolovozu na raznim lokacijama diljem cijele općine. Radi se o tradicijskoj manifestaciji kojom se podsjeća na starinske zanate i običaje uz moderne komponente raznih klasičnih, zabavnih, umjetničkih te brojnih drugih događaja. Jedna od bitnih značajki ove manifestacije je ta što u organizaciji sudjeluju sve civilne udruge koje djeluju na području općine i brojni gospodarstvenici te se na taj način obogaćuje sadržaj i odvijaju razne aktivnosti. U srpnju i kolovozu za sve posjetitelje pripremaju kvalitetne sadržaje kao što su Međunarodni turnir prijateljstva, Murakon – međunarodni festival suvremene poezije koji okuplja renomirana imena poezije i književnosti s područja Europe, Klasika uz Muru – koncert klasične glazbe na otvorenome uz rijeku Muru, koncerti zabavne glazbe te razni rock koncerti. U suradnji s udrugama organiziraju se i brojne biciklističke utrke, nogometni turniri, teniski kup, međunarodni susret oldtimera, međunarodni susret umirovljenika te pohod po kletima. Središnju proslavu, odnosno svečani dio manifestacije zatvara se sa tradicionalnom manifestacijom „Povorkom starih običaja i zanata“ koja svojim bogatim sadržajem vraća posjetitelje u ona ne tako stara, ali dobra vremena. Ostatak večeri zabavlja se uz živu glazbu do ranih jutarnjih sati kod Nogometnog kluba Polet (<https://www.visitmedimurje.com/backend/opsirnije-enduser.asp?id=359>).

Bogati program nudi ponešto za svakoga, od sportskih natjecanja nogometaša, biciklista i ribiča, predstavljanja oldtimer limenih ljubimaca, rock koncerata, svetih misa do druženja umirovljenika i vožnje besplatnim turističkim vlakićem (<https://www.croatia.hr/hr-HR/Aktivnosti-i-atrakcije/Dogadanja/NewEvents/dani-turizma-u-svetom-martinu-na-muri>).

4.1.1. KLASIKA UZ MURU

Na blagdan Velike Gospe (15. kolovoza.) već tradicionalno se u Žabniku, kraj Mlinarske kuće održava Klasika uz Muru na kojoj je glavna ikona večeri Dominik Padarić (bariton). 23-godišnji Dominik rođen je u Žabniku (malom mjestu u Općini Sveti Martin na Muri), a nakon završene Srednje škole u Varaždinu primljen je na prestižnu Kraljevsku glazbenu akademiju u Manchesteru u Ujedinjenom Kraljevstvu. Događaj Klasika uz Muru pokrenuo je 2013. godine iz ljubavi prema glazbi. U suradnji s Općinom Sveti Martin na Muri i Turističkom zajednicom općine Sveti Martin na Muri svoje je snove pretvorio u stvarnost. Svake godine ugošćuje svoje kolege glazbenike koji se rado dozivaju na ovakav događaj u predivnoj prirodi pod zvjezdanim nebom.

Klasika uz Muru 2021. tako je priređena u režiji baritona Dominik Padarić uz pratnju pijanista virtuozu Patrika Zamude i s gošćama Barbarom Suhodolčan i Gabrijelom Hrženjak (<https://visit.svetimartin.hr/tradicionalni-koncert-klasika-uz-muru-2021/>).

4.1.2. POVORKA STARIH ZANATA I OBIČAJA

Povorka starih običaja i zanata u Svetom Martinu na Muri događa se već više od 50 godina zaredom. Sve je počelo 1969. prikazivanjem tradicijske berbe grožđa, važnog sastojka tog vinorodnog kraja. To se razvijalo godinama, a posljednjih dvadesetak godina manifestacija uključuje najraznovrsnije običaje i zanate koji se u povorci koja ide centrom mjesta prezentiraju mještanima, posjetiteljima i turistima. Cilj je povorke zaštita i očuvanje kulturne baštine, ali i učenje o tradiciji kraja. Ulicama Svetog Martina na Muri tog dana šecu kosci, bačvari, voćari, lovci, kulturna društva u narodnim nošnjama koja prikazuju radne akcije poput čišćenja kukuruza, a može se vidjeti i kako izgleda međimurska berba grožđa, tzv. bratva te obrada žita. Mogu se vidjeti i stara prijevozna sredstva poput upregnutih kola ili traktora oldtimeri (<https://punkufer.dnevnik.hr/clanak/aktualno/ljetna-dogadjanja-na-sjeveru-hrvatske---568285.html>).

4.1.3. MURAKON

Murakon je Međunarodni festival suvremene poezije koji je po prvi put održan 2013. godine. Na ideju o ovoj manifestaciji došao je Zlatko Kraljić koji je danas njezin ravnatelj i urednik. Zlatko Kraljić rođen je u Svetom Martinu na Muri, a živi i radi u Velenju, Slovenija. Slikar je i književnik te dobitnik brojnih domaćih i međunarodnih priznanja i nagrada na području

književnosti i likovne umjetnosti (<http://dhk.hr/clanovi-drustva/detaljnije/zlatko-kraljic>). Festival se u tih nekoliko godina prema mišljenju poznatih pjesnika i stručne javnosti premetnuo u kvalitetnu manifestaciju, može se reći na nacionalnoj i međunarodnoj razini i kao takav dobiva primjeren prostor u medijima (<https://medjimurski.hr/kulturno-uzdizanje-krece-medunarodni-festival-suvremene-poezije-murakon/>). Književni susret održava se pored rijeke Mure, u mjestu Žabnik. Književna se večer odvija u neobičnom ambijentu uz šum rijeke Mure, odgovarajućeg osvjetljenja i prateću glazbu (<https://www.hkv.hr/izdvojeno/komentari/dvidmarovic/32354-sveti-martin-na-muri-murakon-2019.html>).

4.1.4.DANI VINA I JABUKE

Povodom Dana turizma Općine Sveti Martin na Muri Udruga voćara, vinogradara i povrćara Općine Sveti Martin na Muri organizira šetnju po kletima i vinogradima članova udruge gdje se tada degustiraju vina i razni drugi proizvodi proizvođača s područja općine. Ujedno se tog dana uz druženje i glazbu obilježavaju Dani turizma. Manifestacija okuplja od 200 do 500 sudionika, što članova udruge, njihovih simpatizera i ostalih sudionika Općine i van Općine Sveti Martin na Muri (<http://www.visitmedimurje.com/backend/opsirnije-enduser.asp?id=1127>). Ova se manifestacija po prvi put održala 2004. godine. Kotizacija ili ulaznica za ovaj događaj stoji 50 kuna po osobi i plaća se na mjesto okupljanja. U kotizaciju su uključeni čaša, tobolac za čašu, degustacija na terenu i večera (<http://medjimurska-zupanija.hr/dogadaj/gornji-koncovcak-dani-vina-i-jabuke/>).

4.2. KRAMPUSLAUF

Udruga Svetomartinski krampusi u suradnji s Turističkom zajednicom i Općinom Sveti Martin na Muri svakog prosinca organizira manifestaciju Svetomartinski krampuslauf. Ova manifestacija okuplja srodne udruge i društva iz domovine i regije te svake godine privlači sve više posjetitelja. Centrom Svetog Martina na Muri prolazi povorka dlakavih mitskih stvorenja. Prvi Krampuslauf održan je 2009. godine. Početak povorke kreće od vatrogasnog doma, a završava u centru Svetog Martina na Muri. Zabava se kasnije nastavlja do jutarnjih sati ispod velikog grijanog šatora (<https://svetomartinski-krampusi.hr/10-svetomartinski-krampuslauf/>).

Na posljednjem (10.) održanom Svetomartinskom krampuslaufu sudjelovalo je više od 600 krampusa iz Hrvatske, Slovenije, Austrije i Njemačke (<https://visit.svetimartin.hr/galerija-slika-10-svetomartinski-krampuslauf/>).

4.3. MARTINJE

Sveti Martin na Muri tradicionalno u studenom postaje mjesto okupljanja brojnih ljubitelja vina. Studeni je mjesec u kojem se slavi Martinje, a ujedno i zaštitnik ove Župe, Sveti Martin. Martinje simbolizira krštenje vina, tj. to je dan kada se mošt pretvara u mlado vino. Općina Sveti Martin na Muri u suradnji s Turističkom zajednicom Općine Sveti Martin na Muri svake se godine pobrine da program Martinja bude bogat i raznovrstan. Sama manifestacija traje nekoliko dana i ima više aktivnosti. Tradicionalno počinje već prvog vikenda u studenom te svoj vrhunac dostiže u vikendu kad je Martinje. Martinje se u Svetom Martinu slavi njegovanjem raznih običaja kojima je kruna krštenje vinskog mošta te se tako nastavlja prava martinjska tradicija u samom centru Svetog Martina (<https://medimurje.hr/pod-medimurskim-nebom/najavljujemo/tradicionalna-proslava-martinja-u-svetom-martinu-na-muri-40836/>).

Također, jedna od tradicija ove manifestacije je i natjecanje u kuhanju martinskog vinskog gulaša. U samom natjecanju može sudjelovati do 40 timova. Za svaki tim organizatori osiguravaju kotlić za kuhanje, drva i osnovne namirnice koje su potrebne kod pripremanja jela. Na natjecanje se može prijaviti tim s najmanje tri člana, a kotizacija iznosi 200 kuna., od čega se 50 kuna vraća nakon povratka kotlića za kuhanje i ostale zadužene opreme (<https://www.mnovine.hr/medimurje/kuhate-sjajan-martinski-gulas-prijavite-se-na-natjecanje-i-pokazite-svoje-umijece/>). Svaki tim priprema svoje štandove s domaćim proizvodima (hrana i piće) koje dijele posjetiteljima tijekom kuhanja. U kuhanju najčešće sudjeluju udruge s područja Svetog Martina te brojne druge udruge s područja Međimurja, ali i susjedne Slovenije. Tijekom natjecanja centrom Svetog Martina prođe između 800 i 1000 ljudi koji posjećuju natjecatelje te naposljetku kušaju njihove gulaše. Kuhanje započinje u 11 sati, završava u 15 te se uzorci nose na degustaciju, a u 16 sati je proglašenje pobjednika. Na sam dan Martinja, 11. studenog, nakon jutarnje mise tradicionalno se održava blagoslov vina u centru Svetog Martina. Kasnije se svim posjetiteljima dijeli pečena guska i kesteni (<https://medimurje.hr/pod-medimurskim-nebom/najavljujemo/tradicionalna-proslava-martinja-u-svetom-martinu-na-muri-40836/>).

4.4. KRIŽNI PUT

Župa Svetog Martina biskupa svake godine u veljači organizira križni put po cijeloj župi. Dužina puta je oko 22 kilometra, a predviđeno trajanje je osam sati (<https://visit.svetimartin.hr/krizni-put-zupa-sveti-martin-na-muri/>). Vatrogasci DVD-a Sveti Martin na Muri i DVD-a Lapšina vrše službu redara. Pobožnost križnog puta započinje i završava u Crkvi Svetog Martina na Muri, od 9:30 do 17:30 sati. Poslije križnog puta održava se i sveta misa u župnoj crkvi. Ruta križnog puta ide duž čitave župe Sveti Martin na Muri. Kod svake postaje upriličen je scenski prikaz i kratki tekstovi koje čitaju firmanici (<https://visit.svetimartin.hr/poboznost-kriznog-puta-po-citavoj-zupi-sveti-martin-na-muri-2019/>). Križni put je prvi put održan 2002. godine. Postaje križnog puta su kod kapelice u Vrhovljanu, pila u Žabniku, pila u Marofu, u Crkvi sv. Ane u Hlapičini, pila u Gradišćaku, u Kapeli sv. Margarete u Kapelšćaku, kod novog pila kod obitelji Srpak u Gornjem Koncovčaku, u Kapeli sv. Alojzija Gonzage u Grkavešćaku, u kapelici kod obitelji Perhoč u Jurovčaku, kod kapelice u Čestijancu, kod pila u Lapšini, kod pila u Jurovcu, te kod pila u Brezovcu (<https://www.biskupija-varazdinska.hr/vijesti/deveti-krizni-put-na-otvorenom-po-zupi-sveti-martin-na-muri/1070>). Općina Sveti Martin na Muri i općinska Turistička zajednica glavni su sponzori same organizacije i realizacije križnog puta (<https://ika.hkm.hr/najave/ii-krizni-put-zupe-sveti-martin-na-muri/>). U ovoj manifestaciji sudjeluje više od 1000 vjernika te prolaze kroz sva naselja Župe Sveti Martin na Muri. Također, u samom križnom putu ima i uloga poput Isusa, Marije, Veronike, Pilata, Šimuna Cirenca i drugih osoba koje su sudjelovale u osudi, oplakivanju i Isusovu razapinjanju kao kod pravog križnog puta. Izrađivani su kostimi te veliki drveni križ koji ljudi nose svih 22 kilometara (<https://ika.hkm.hr/novosti/sv-martin-na-muri-krizni-put-kroz-naselja/>).

4.5 VINCEKOVO

Vincekovo je manifestacija koja se održava u čast Sv. Vinka i Vincekovih pohoda. To je zapravo pohod po svetomartinskim bregima u župne gorice gdje se tada odvija program. Ova manifestacija po prvi put održana je 2000. godine. U manifestaciji sudjeluje nekoliko stotina pješaka. Organizator je Hrvatska kulturno-umjetnička udruga Sveti Martin u suradnji sa Župom i TZ Općine Sveti Martin na Muri. Kotizacija je 20 kn te se naplaćuje na startu u centru Svetog Martina na Muri. Za cijenu kotizacije na samom cilju dobije se kuhano vino ili čaj te kuhane hrenovke ili kobasice (<https://emedjimurje.net.hr/vijesti/drustvo/3632369/foto-vincekovo-u-svetom-martinu-na-muri-tristotinjak-ljudi-na-pohodu-u-zupne-gorice/>)

Okupljanje je od 13:30, a pohod kreće u 14 sati iz centra Svetog Martina na Muri do župnog vinograda gdje se održava tradicionalni obred uz stihove pučke pjesme „Trsek moj, zbudi se“ (<http://www.visitmedimurje.com/vijesti-vise.asp?id=101&kt=Walk#.YS5yhI4zBIU>).

4.6 OLDTIMER SUSRET

Oldtimer klub Međimurje svake godine na Uskrsni ponedjeljak u Svetom Martinu na Muri organizira Oldtimer susret kojim započinje novu motociklističku sezonu. Cilj ove manifestacije je da oldtimeri i motociklisti općenito, kao najugroženija skupina sudionika u prometu, započnu sezonu vožnje što educiraniji, savjesniji i spremniji. Manifestacija ima i povijesno-kulturni te turistički značaj, pa se tako sve prisutne upoznaje s povijesnim, kulturnim i turističkim znamenitostima općine Sveti Martin na Muri (<https://www.mnovine.hr/medimurje/danas-otvorenje-oldtimer-i-motociklisticke-sezone-2019-u-svetom-martin-na-muri/>). Program započinje u 9:30 sati na Trgu. Sv. Martina na Muri gdje se organizira doček dobrodošlice. U 10:30 sati svi motoristi i vozači oldtimera odlaze na misu koja se održava u župnoj crkvi, a u 11:30 sati održava se blagoslov vozača i vozila (<https://www.oldtimeri.hr/kalendar-susreta/detalji-dogadjaja/105/-/blagoslov-vozaca-i-vozila-sv-martin-na-muri>).

5. USPOREDBA OPĆINE SVETI MARTIN NA MURI S GRADOM ZAGREBOM

Grad Zagreb tri je godine zaredom osvojio nagradu za najbolji Advent u Europi koju dodjeljuje ugledni portal European Best Destinations. Zagreb, kao glavni grad Republike Hrvatske, u svom božićnom duhu može se uspoređivati s ostalim srednjoeuropskim metropolama koje imaju dugu tradiciju organiziranja adventskih događaja, poput Beča i Budimpešte. Advent u Zagrebu je tradicionalna predblagdanska manifestacija koja se održava na više lokacija u središtu Zagreba, a posljednjih godina i šire, s bogatim kulturnim i zabavnim programima. Advent se sastoji od niza događaja na dvadesetak lokacija (većih i manjih na otvorenom i zatvorenom prostoru) tijekom 44 dana. Božićnih sajмова ima ponajviše u središtu grada, ali i izvan centra. Organiziraju se koncerti i kulturna događanja, a svu tu atmosferu najviše podiže prigodna rasvjeta. Advent na Strossu poznat je po bajkovito ukrašenim kućicama s raznolikom gastro ponudom kao i velikim izborom vina, čajeva, piva, kuhanih vina i drugih adventskih delicija. Kako bi se postigao pravi duh Božića, na Kaptolu ispred katedrale postavljene su žive jaslice. Diljem ulica grada smješteni su božićni sajmovi koji obiluju bijelim drvenim kućicama prepunih prigodnih suvenira te raznolike gastronomske ponude za svakog posjetitelja. Jedna od najvećih i najzanimljivijih atrakcija zasigurno je bio Ledeni park na poznatom Tomislavcu, prava čarobna zimska idilu na ledu koja je prvi put uvedena 2014. godine (<https://www.infozagreb.hr/>). Posljednji advent trajao je od 27. studenog 2021. do 7. siječnja 2022. godine. Godine 2015. manifestaciju je posjetilo 85 529 turista koji su ostvarili 153 829 noćenja. U 2016. godini broj dolazaka i noćenja raste. Manifestaciju je posjetilo 121 164 turista koji su ostvarili 232 728 noćenja (<https://www.infozagreb.hr/>).

U Svetom Martinu na Muri 2021./2022. godine po prvi put je organizirana manifestacija pod nazivom Advent u Termama Sveti Martin. Advent je bio smješten na parkiralištu Puba Potkove u sklopu Terma Sveti Martin. Organizatori ove manifestacije bile su Terme Sveti Martin zajedno s Turističkom Zajednicom Općine Sveti Martin na Muri. Advent je započeo 17. prosinca 2021. godine i trajao sve do 30. siječnja 2022. godine. Svakog petka, subote i nedjelje na pozornici su se održavali zanimljivi sadržaji. Bili su tu koncerti poznatih glazbenika i bendova, ali i lokalnih udruga koje su održavale svoje nastupe. Samu atmosferu i božićni ugođaj podizale su božićne lampice, razni božićni ukrasi te neizostavne drvene kućice. Ovo je ujedno bila prilika i za prezentiranje lokalnih OPG-ova koji su u drvenim kućicama prodavali

svoje proizvode. Tu se također smjestilo i malo klizalište kojem su se veselile sve dobne skupine. Oko pozornice bile su smještene bačve s vatrom kako bi se posjetitelji tijekom koncerata grijali, a ujedno i uživali.

Advent u Zagrebu je, dakako, mnogo veća manifestacija, na većem lokalitetu te poznatija široj publici. Također, turistima nudi širok spektar sadržaja za razne dobne skupine. Ima daleko bogatiju ponudu te je sama manifestacija razvijenija. Odvija se na više mjesta te ima raznovrsniju ponudu za posjetitelje dok je Advent u Svetom Martinu namijenjen ponajviše turistima koji adventsko vrijeme provode u Termama Sveti Martin na Muri te svim ljudima u okolnim selima kako bi osjetili božićni duh. Advent u Svetom Martinu na Muri je zapravo Advent u Zagrebu, samo u mnogo manjem obliku.

Ovo je zapravo prikaz dvije jednake manifestacije organizirane u različitim uvjetima i pod drugačijim mogućnostima i okolnostima. Prikaz kako zapravo i mala sredina može imati svoju verziju neke puno veće manifestacije, koja je prilagođena financijskim, prostornim i mnogim drugim parametrima. Sav sadržaj Adventa u Svetom Martinu na Muri zapravo je minimaliziran u odnosu na onaj u Zagrebu.

6. PRIMARNO ISTRAŽIVANJE

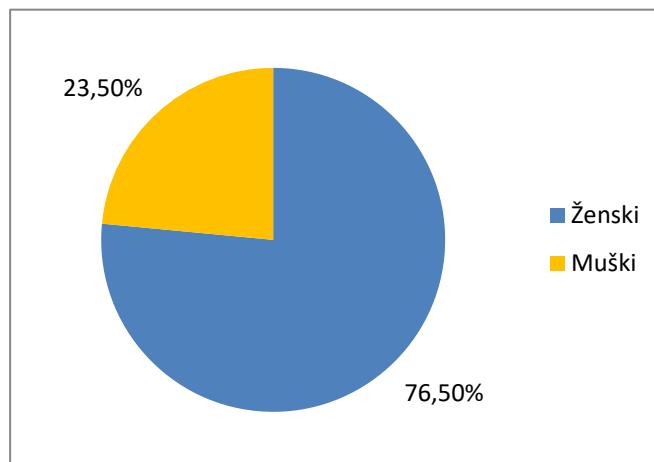
Na temelju sekundarnih podataka koji su prikupljeni iz literature domaćih i stranih autora te neizostavne internetske literature provedeno je primarno istraživanje. Upotrijebljeno je opisno istraživanje uz pomoć ankete i anketiranja. Metodom anketiranja mogu se vrlo brzo i lako prikupiti potrebni podatci, ne iziskuje nikakve financijske troškove jer se anketa može besplatno izraditi u obrascu na internetu te se objaviti na različitim društvenim mrežama i stranicama. Također, svi ispitanici su anonimni i svi odgovori analiziraju se grupno pa se nijedan ne izdvaja od ostalih. Usto, ispitanici imaju i dovoljno vremena da daju svoje odgovore.

Ispitanicima su bila postavljena sljedeća pitanja:

1. Jeste li ikad posjetili neke od događaja u Svetom Martinu na Muri?
2. Ako je odgovor na prethodno pitanje „Da“, označite koje ste od sljedećih događaja posjetili.
3. Smatrate li da organizirani događaji znatno utječu na turističku ponudu ?
4. Jeste li za vrijeme posjeta nekoj od manifestacija koristili smještajnu ponudu u Općini Sveti Martin na Muri?
5. Ako je odgovor na prethodno pitanje „Da“, označite koje ste od navedenih smještajnih objekata koristili.
6. Kojih, po Vašem mišljenju, manifestacija najviše nedostaje ili ih treba više?
7. Ocjenom od 1 do 5 izrazite svoje slaganje sa sljedećim tvrdnjama (1 u potpunosti se ne slažem, 2 ne slažem se, 3 niti se slažem, niti se ne slažem, 4 slažem se, 5 u potpunosti se slažem)
8. Spol
9. Starosna dob
10. Razina stečenog obrazovanja
11. Iz koje županije dolazite?

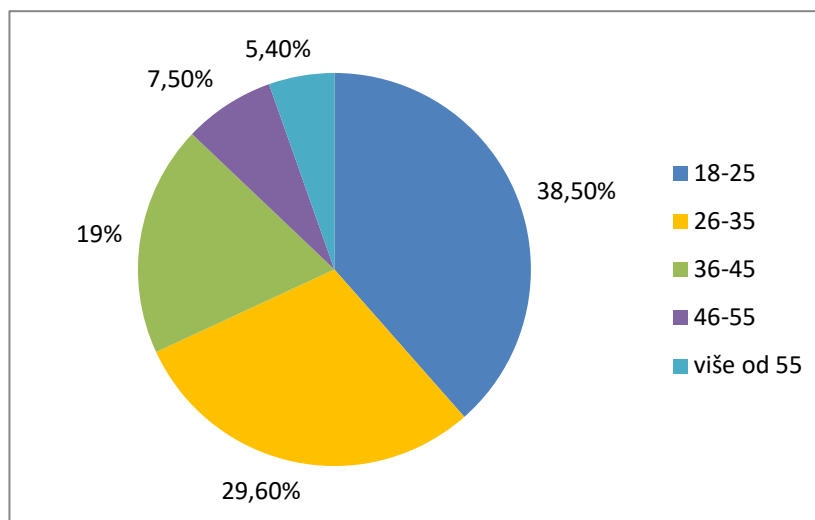
6.1. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

U anketnom upitniku sudjelovalo je ukupno 307 ispitanika od čega je 76,5 % bilo osoba ženskog spola, a 23,5 % muškog spola (Grafikon 1).

Grafikon 1. Spol ispitanika

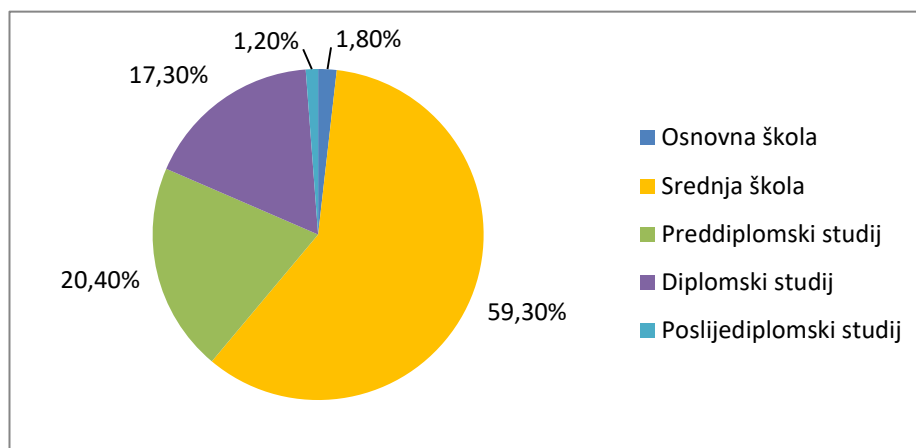
Izvor: Vlastita izrada autora

Najveći broj ispitanika koji je ispunio anketu su ispitanici u dobi od 18 do 25 godina (38,5 %). U dobi od 26 pa do 35 godina je 29,6 %, a 19 % u dobi od 36 do 45 godina. Ostatak se odnosi na osobe koje su starije od 46 godina (Grafikon 2).

Grafikon 2. Starosna dob ispitanika

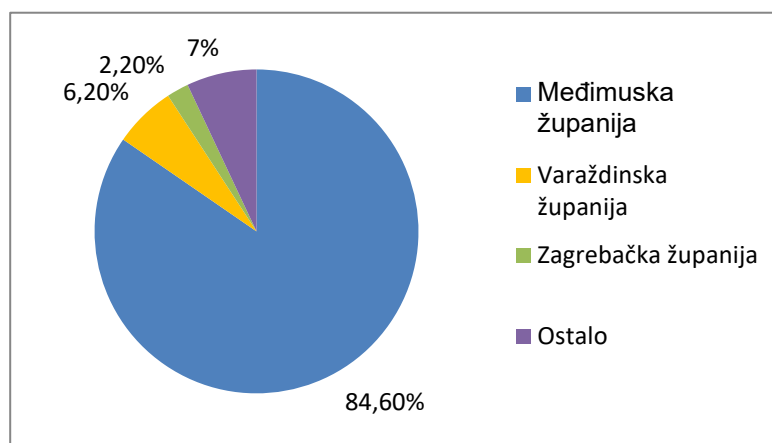
Izvor: Vlastita izrada autora

U provedenom istraživanju najveći broj ispitanika završio je srednjoškolsko obrazovanje (59,3 %), zatim preddiplomski studij (20,4 %), diplomski studij (17,3 %). Ostatak s najmanjim postotkom su ispitanici sa završenom osnovnom školom ili poslijediplomskim studijem (Grafikom 3).

Grafikon 3. Obrazovanje ispitanika

Izvor: vlastita izrada autora

Na Grafikonu 4 prikazano je prebivalište ispitanika i vidljivo je kako ispitanici dolaze iz različitih županija. Najviše ispitanika dolazi iz Međimurske županije (84,6 %), Varaždinske županije (6,2 %) i Zagrebačke županije (2,2 %). U kategoriji „ostalo” nalaze se sve ostale županije čiji je udio minimalan.¹

Grafikon 4. Prebivalište ispitanika

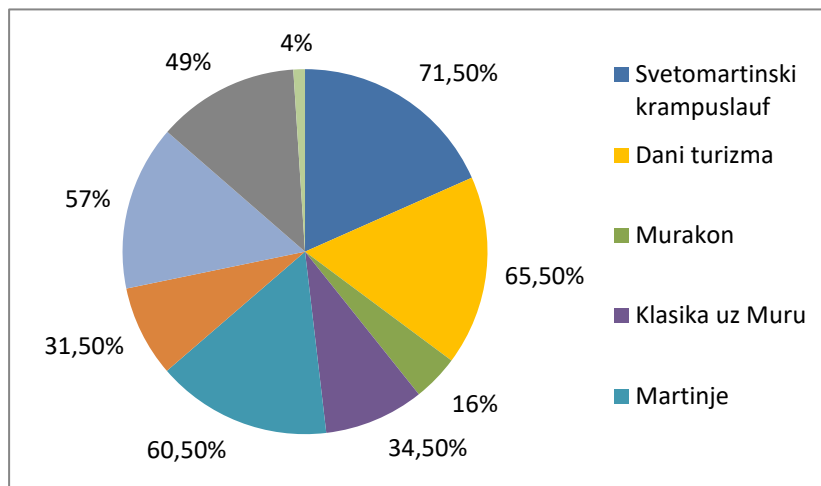
Izvor: Vlastita izrada autora

U Grafikonu 5 prikazuje se kolika je posjećenost manifestacija koje se održavaju na području Općine Sveti Martin na Muri. Najposjećenija manifestacije je Svetomartinski krampuslauf (71,5 %), slijede ga Dani turizma (65,5 %), zatim Martinje (60,5 %), Vincekovo (57 %),

¹ Koprivničko-križevačka (1,3 %), Krapinsko-zagorska (0,9 %), Bjelovarsko-bilogorska (0,9 %), Istarska (0,9 %), Ličko-senjska (0,9 %), Sisačko-moslavačka (0,5 %), Grad Zagreb (0,4 %), Zadarska (0,4 %), Osječko-baranjska (0,4 %), Šibensko-kninska (0,4 %),

Oldtimer susret (49 %), Klasika uz Muru (34,5 %), Križni put (31,5 %), Murakon (16 %) i „ostalo“ (4 %).

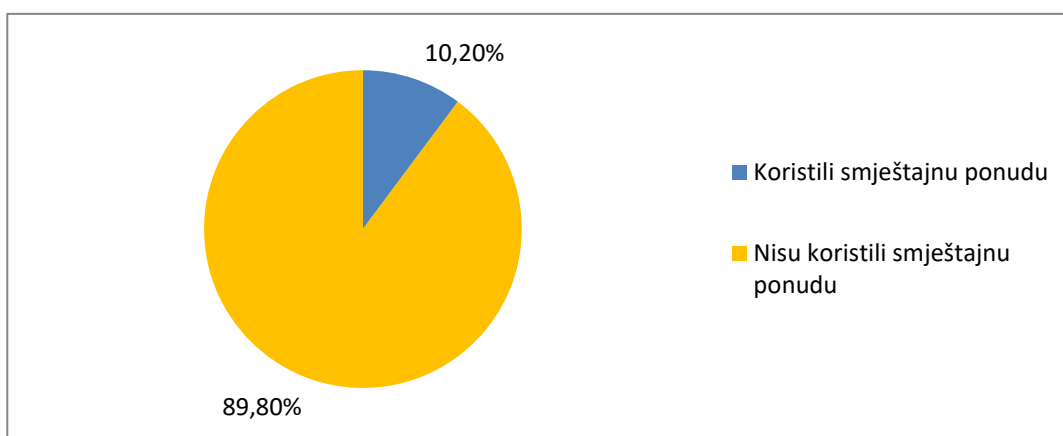
Grafikon 5. Posjećenost manifestacija



Izvor: Vlastita izrada autora

Grafikon 6 prikazuje postotak ispitanika koji je za vrijeme posjeta neke od manifestacija koristio smještajnu ponudu na području Općine Sveti Martin na Muri, bilo da je to bio privatni smještaj ili boravak u hotelu. Samo 10,2 % ispitanika je koristilo smještajnu ponudu, dok njih 89,9 % nije koristilo nikakvu smještajnu ponudu za vrijeme posjete manifestacija.

Grafikon 6. Korištenje smještajne ponude za vrijeme posjete manifestacija

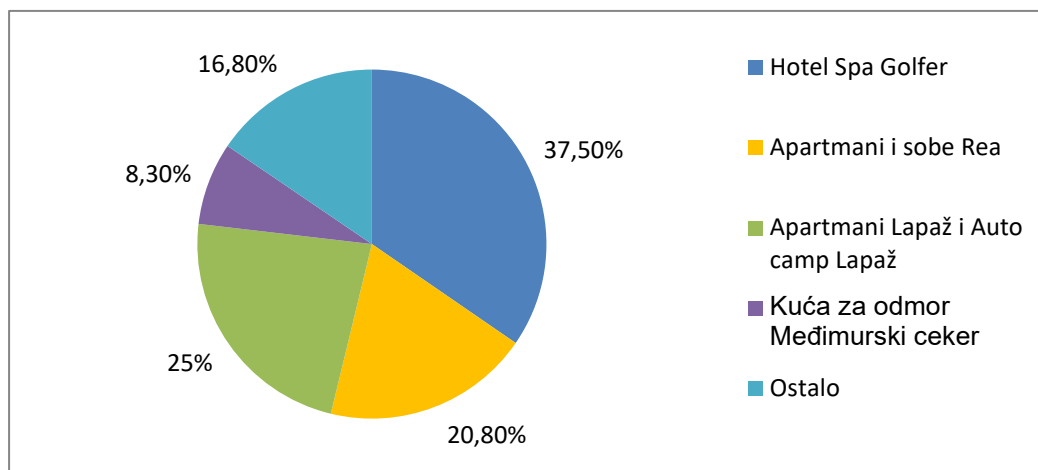


Izvor: Vlastita izrada autora

U grafikonu 7 prikazane su najposjećenije smještajne ponude koje su ispitanici koristili za vrijeme posjete manifestacija. Najviše ispitanika za svoj boravak odabralo je Hotel Spa Golfer

(37,5 %), slijede Apartmani Lapaž i Auto kamp Lapaž“ (25 %), privatni smještaj u Apartmanima i sobama Rea (20,8 %), privatni smještaj u Kući za odmor Međimurski ceker (8,3 %) te ostalo (16,8 %).

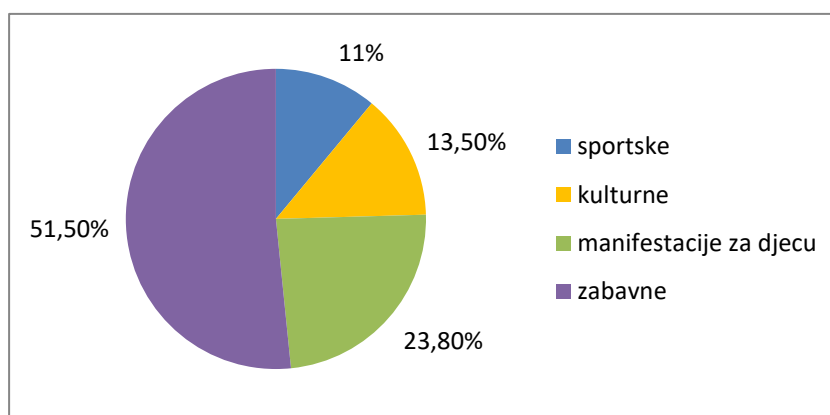
Grafikon 7. Smještajni objekti



Izvor: Vlastita izrada autora

Grafikon 8 prikazuje kojih manifestacija, po mišljenju ispitanika, nema dovoljno ili najviše nedostaje kako bi upotpunile manifestacijski turizam na području Općine Sveti Martin na Muri. Najveći broj ispitanika odgovorilo je kako najviše nedostaje zabavnih manifestacija (51,5 %), manifestacija za djecu (23,8 %) i kulturnih (13,5 %), a najmanje nedostaje sportskih manifestacija (11 %).

Grafikon 8. Nedostatak manifestacija



Izvor: Vlastita izrada autora

U posljednjem dijelu istraživanja ispitanicima su bile postavljene četiri tvrdnje i ocjene uz njih. Na ispitanicima je bilo da ponuđenim tvrdnjama dodijele ocjene prema vlastitom

mišljenju te tako izraze svoje slaganje odnosno neslaganje. Ocjene su: 1 u potpunosti se ne slaže s navedenom tvrdnjom, 2 ne slaže se s tvrdnjom, 3 niti se slaže, niti se ne slaže s tvrdnjom, 4 slaže se s tvrdnjom i 5 u potpunosti se slaže s navedenom tvrdnjom. Ponuđene tvrdnje su bile sljedeće: manifestacijski turizam doprinosi osnaživanju tradicije i vrijednosti Općine Sveti Martin na Muri, manifestacijski turizam podiže životni standard lokalne zajednice, manifestacijski turizam omogućuje prepoznatljivost Općine Sveti Martin na Muri kao turističke destinacije i manifestacijski turizam doprinosi povećanju poslovnih prilika. Od ukupnog broja, 56 % ispitanih u potpunosti se slaže s tvrdnjom da manifestacijski turizam doprinosi osnaživanju tradicije i vrijednosti Općine Sveti Martin na Muri, dok se 4 % ispitanih ne slaže s navedenom tvrdnjom. 3 % ispitanih smatra kako manifestacijski turizam ne omogućuje prepoznatljivost Općini Sveti Martin na Muri kao turističke destinacije.

Tabela 1. Slaganje ispitanika sa navedenim tvrdnjama

TVRDNJE	1	2	3	4	5
Manifestacijski turizam doprinosi osnaživanju tradicije i vrijednosti Općine Sveti Martin na Muri.	2 %	4 %	15 %	23 %	56 %
Manifestacijski turizam podiže životni standard lokalne zajednice.	1 %	3 %	21 %	22 %	53 %
Manifestacijski turizam omogućuje prepoznatljivost Općine Sveti Martin na Muri kao turističke destinacije.	3 %	2 %	14 %	19 %	62 %
Manifestacijski turizam doprinosi povećanju poslovnih prilika.	4 %	6 %	19 %	28 %	43 %

Izvor: vlastita izrada autora

6.2 RASPRAVA

Općina Sveti Martin na Muri ima bogatu ponudu različitih manifestacija, od kulturnih i religioznih manifestacija do zabavnih i sportskih manifestacija. Dakako, glavni atribut ove općine svakako je kupališni turizam u Termama Sveti Martin. One su glavni pokretač turizma na ovim područjima jer privlače izrazito velik broj turista i ostvaruju ogroman broj noćenja. Turistička ponuda je zanimljiva i ljubiteljima biciklizma, očuvane prirode, tradicije i kulture.

Sve to dodatno upotpunjuje i širok spektar različitih organiziranih manifestacija koje se održavaju na ovom području.

Također, Općina Sveti Martin na Muri ima i dobru lokaciju jer se nalazi uz samu granicu sa Slovenijom te time mami i brojne strane turiste. Najčešći posjetitelji dolaze iz Austrije, Mađarske, Italije, Njemačke te, naravno, iz susjedne Slovenije.

S obzirom na ovako mali prostor, koji zauzima općina, turizam se razvija i više nego odlično. Razlog tomu su i brojne udruge i organizacije koje rado sudjeluju u osmišljavanju sadržaja za turiste. Udruge su sve brojnije s mnogo aktivnih članova koji rado i sami osmišljavaju manifestacije i događanja, a tu je onda naravno i Turistička zajednica, ali i Općina koje uvijek rado pomognu u realizaciji zacrtanih ciljeva. Osim udruga i organizacija, tu su i brojni stanovnici koji svojim slobodnim vremenom i volonterskim radom na brojne načine pomažu kako bi svaka osmišljena ideja dobila svoj puni sjaj i realizaciju.

U svemu tome jednu od glavnih uloga imaju i privatni iznajmljivači koji tijekom održavanja manifestacija bilježe ogromnu popunjenost u kojoj se uvijek traži koji krevet više te se pokušava maksimalno udovoljiti gostu vrhunskom kvalitetom i uslugom. Zahvaljujući brojnim manifestacijama tijekom čitave godine privatni iznajmljivači i Terme Sveti Martin bilježe veliku popunjenost svojih kapaciteta.

Manifestacijski turizam ima veliku važnost za ovu općinu, međutim, većina manifestacija nije u potpunosti eko-friendly, stoga bi trebali poraditi na tome te uložiti sredstva u realiziranje održivih turističkih manifestacija. Na taj način bi manifestacijski turizam imao većinskim dijelom pozitivne utjecaje na destinaciju, njezino stanovništvo i njezine posjetitelje te, naravno, okoliš.

S obzirom na to da je Općina Sveti Martin na Muri jako dobro pozicionirana i razvijena što se tiče samog turizma i razvoja turizma, samim time ima i dobro razvijen manifestacijski turizam kao jednog od segmenta ponude za turiste. No također ima ogroman potencijal za daljnji razvoj i unapređenje.

Kako bi unaprijedili manifestacijski turizam i poboljšali ponudu, potrebno je unaprijediti postojeće manifestacije te osmisliti neke nove i bolje. Trebali bi se usmjeriti na uvođenje manifestacije za djecu, ali i na manifestacije zabavnog karaktera. U posljednje vrijeme ljudi sve više rade i imaju svakodnevno obaveze te se ne stignu posvetiti sebi ili pak malo zabaviti i

odmoriti. Zato traže destinacije koje će im jamčiti odmor i dobru zabavu. Traže destinacije u kojima mogu doživjeti nešto novo, u kojima se mogu nezaboravno provesti te svoje doživljaje kasnije prepričavati svojim najbližima. To je ujedno i dobar marketing za budućnost neke manifestacije, ali i destinacije. Stvaranje pozitivne slike o destinaciji, ali i nekoj manifestaciji donosi samo pozitivne učinke na cjelokupan turizam. Dugoročno, neka mala manifestacija može prijeći u veće razmjere te se proširiti na međunarodno tržište. Samo je potrebna dobra ideja koja će zaintrigirati publiku da ju preporuče dalje, ali i ponovo posjete.

Većina manifestacija je zapravo besplatna što je dodatan plus jer nema financijskih ograničenja za posjetitelje. Samo neke od manifestacija koje se organiziraju na ovom području imaju i natjecateljski karakter. U takvim se manifestacijama najčešće traži kotizacija kako bi natjecatelji mogli sudjelovati u njoj. Taj se novac tada koristi za nagrade koje će se dijeliti natjecateljima ili se taj novac zapravo koristi za kupnju potrebne opreme koju će tada natjecatelji dobiti na korištenje na samoj manifestaciji.

Kažu kako se dobar glas daleko čuje. Tako je i s manifestacijama na području Općine Sveti Martin na Muri. To su manifestacije s dugom tradicijom, ali i sve većom posjećenošću. Manifestacije su se iz malih seoskih zabava razvile u puno veća događanja postupnim unapređenjem i poboljšanjem, a sve s ciljem povećanja posjećenosti i općeg zadovoljstva.

7. ZAKLJUČAK

Turizam je u današnje vrijeme jedna od najznačajnijih i brzorastućih gospodarskih grana u svijetu. Ako neka destinacija žele privući turiste, mora pružiti nešto više, te također mora sama sebi osigurati način da ih potencijalni turist primijeti u mnoštvu drugih destinacija.

U današnje vrijeme inovacijama nema granica, pa tako ni u svijetu manifestacija. Kada je riječ o originalnosti i diferenciranju, veliku ulogu upravo u tome imaju i manifestacije. Upravo su njih, u početku svog probijanja na turističko tržište, koristile mnoge destinacije kao glavno sredstvo diferenciranja i privlačenja svojih potencijalnih turista.

Istraživanjem se dolazi do zaključka kako pojedine manifestacije imaju ogroman potencijal za probijanje na međunarodno tržište. Također postoje one kod kojih postoji mjesto za nadogradnju te im se tako u budućnosti može dati veća vrijednost. U ovom se slučaju manifestacije vrlo mudro koriste kao sredstvo proširivanja turističke ponude, ali i sezone, s obzirom na to da ih se provodi u svako doba godine. Također, manifestacije imaju izravan utjecaj na lokalnu zajednicu te smještajnu i ugostiteljsku ponudu, jer osiguravaju potrošnju posjetitelja s obzirom na to da je većina održanih manifestacija besplatna za posjetitelje.

Kvalitetnom organizacijom i dugom tradicijom održavanja neke manifestacije moguće je stvoriti lojalnost posjetitelja i tako očekivati njihov ponovni dolazak. Također, važnu ulogu treba posvetiti medijskom oglašavanju koje može svakom budućem posjetitelju dublje približiti samu srž manifestacije

Jedna od odličnih ideja je i pratiti trendove u Hrvatskoj i svijetu: istraživati i pratiti kakve se sve manifestacije održavaju u svijetu i u Hrvatskoj, pratiti što to mami posjetitelje te takve stvari pokušati prenijeti u Općinu Sveti Martin na Muri. Tako se može poboljšati trenutna ponuda.

Osim što manifestacije pozitivno utječu na imidž destinacije, također ostvaruju brojne druge utjecaje u destinaciji u kojoj se organiziraju i odvijaju. Kao najznačajniji faktor mogao bi se izdvojiti ekonomski utjecaj manifestacija. Osim što svojom provedbom privlače posjetitelje i povećavaju prihode destinaciji, manifestacije također potiču zapošljavanje. Najviše zaposlenih definitivno je u samoj organizaciji manifestacije, no isto tako za sobom povlači djelatnosti čiji se proizvodi koriste tijekom manifestacija. Manifestacije također ostvaruju brojne druge utjecaje kao što su socijalni, kulturni, ekološki i politički.

Manifestacije, osim što stvaraju prihode lokalnoj zajednici, potiču druženje. Također, kod kulturnih manifestacija potiče se svijest o kulturnoj baštini i tradicijama koje su se odvijale u prošlosti te na taj način stare vrijednosti neće otići u zaborav. Kod sportskih manifestacija sudionike se potiče na kretanje, boravak u prirodi i svježem zraku što pozitivno utječe na zdravlje. Također potiče osjećaj zadovoljstva.

Općina Sveti Martin na Muri, kao malo mjesto i mala sredina, postigla je jako puno u vidu razvoja turizma i plasmana na turističko tržište. Kao visoko plasirana mami brojne turiste iz okolnih zemalja zbog svojeg prirodnog položaja uz samu granicu s Republikom Slovenijom. Također, velika prednost je u tome što u Općini Sveti Martin na Muri svaki stanovnik svojim angažmanom pridonosi unapređenju i podizanju kvalitete.

Najveći generator turizma ove općine su dakako Terme Sveti Martin, no sve su više postali zanimljivi privatni iznajmljivači kuća i apartmana. U posljednje vrijeme veliki trend postaju kuće za odmor koje mame turiste različitih dobnih skupina. Takve su kuće najčešće odmaknute od središta mjesta, okružene prirodom. Pružaju odličan odmor daleko od grada i zagađenog okoliša.

Treba pripaziti i na one negativne strane manifestacijskog turizma koje ne smiju biti zanemarene. Neke moguće negativne posljedice su prekoračenja kapaciteta turista koje destinacija može prihvatiti i zagađenje okoliša koje nastaju velikom koncentracijom posjetitelja. Također treba uzeti u obzir stvaranje negativnog efekta kod lokalnog stanovništva.

Manifestacijski turizam Općine Sveti Martin na Muri uspješno je obogatio turističku ponudu koja privlači velik broj turista iz svijeta. Također podiže atraktivnost destinacije, a ujedno omogućuje suradnju različitih turističkih ponuda.

LITERATURA

1. Anholt, S. (2007) *Competitive Identity, The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*, New York: Palgrave Macmillan
2. Apartmani i auto kamp Lapaž, <http://apartmani-lapaz.com/> (23.6.2021.)
3. Apartmani i sobe Rea, <https://apartmani-rea.com/> (23.6.2021.)
4. Besplatni turistički vodič Međimurja, https://scribopr.com/besplatni-turisticki-vodic-medimurje/?fbclid=IwAR1oVbpJm7IYp6ARpwzukweCB_fLVn9SNu6Gojw7Cpgw38MXRUEhL2Wk-tA (25.6.2021.)
5. Bistro Jastreb, <https://www.bistro-jastreb.com/index.html> (23.6.2021.)
6. Booking, www.booking.com (25.6.2021.)
7. Bowdin, G.; Allen, J. (2006). *Events Management*. Oxford, ButterworthHeinemann
8. Brown, G., Chalip, L., Jago, L. i Mules, T. (2004). *Developing brand Australia: examining the role of events, Destination branding: Creating the unique destination proposition*,
9. Cetinski, V., Šugar, V., Perić, M. (2012). *Menadžment institucija i destinacija kulture, Sveučilište u Rijeci – Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija*,
10. Čavlek N., Bartoluci M., i sur. (2011), *Turizam : Ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb*
11. Dadić, M. (2014). *Istraživanje kulturnog turizma – Teorijsko – metodološke teme, Tisak Redak, Split*
12. Društvo hrvatskih književnika <http://dhk.hr/clanovi-drustva/detaljnije/zlatko-kraljic> (24.6.2021.)
13. Emeđimurje, <https://medjimurje.hr/pod-medimurskim-nebom/najavljujemo/tradicionalna-proslava-martinja-u-svetom-martinu-na-muri-40836/> (22.6.2021.)
14. Getz, D. (2008): *Event tourism: Definition, evolution, and research*, Elsevier, *Tourism Management*,
15. Getz, D. (2013), *Event tourism : concept, international case studies and research*,
16. Getz, D. (2005). *Event Management and Event Tourism*, Cognizent Communication Corporation, New York
17. Gračan, D. i Rudančić-Lugarić, A. (2013). *Konkurentnost turističke destinacije: studija slučaja (case study) Riječki karneval*, *Ekonomski vjesnik*, br. 1/2013,

18. Gračan, D., Rudančić-Lugarić, A. (2013) Konkurentnost turističke destinacije, Ekonomski vjesnik, br. 1., str. 271-282.
19. Gregorić, M., i Skendrović, Lj. (2012). Uloga poduzetništva i cjeloživotnog učenja u brendiranju turističke destinacije, Učenje za poduzetništvo, 2(2), str. 43-48
20. Hegeduš, I., Gregorić M. i sur. (2018). Aspekti razvoja sportsko-rekreacijskog turističkog proizvoda sjeverozapadne Hrvatske, Obrazovanje za poduzetništvo - E4E, 8(Special issue/Posebna), str. 45-63.
21. Hrvatska turistička zajednica, <https://www.htz.hr/hr-HR/sveti-martin-na-muri-dobio-jos-jedan-turisticki-sadrzaj-skelarsku-kucu>
<http://medjimurska-zupanija.hr/dogadaj/gornji-koncovcak-dani-vina-i-jabuke/>
<https://punkufer.dnevnik.hr/clanak/aktualno/ljetna-dogadjanja-na-sjeveru-hrvatske---568285.html> (30.6.2021.)
22. Sveti Martin na Muri wordpress, <https://svetimartinnamuri.wordpress.com/o-opcini/> (21.6.2021.)
23. Informativna katolička agencija <https://ika.hkm.hr/najave/ii-krizni-put-zupe-sveti-martin-na-muri/> (20.6.2021.)
24. Ivo Žuvela, Optimalizacija strukture ponude turističke destinacije, Tourism and hospitality management, vol4, no1, 1998, str205-219
25. Izletište Goričanec <https://izletiste-goricanec.com/index.html> (23.6.2021.)
26. Jovanović, V., Delić, U. (2010). Karakteristike manifestacija i njihov utjecaj na razvoj turizma u Srbiji, Turizam i Hotelijerstvo, Srbija, Beograd
27. Jukopila, D. (2013). Rijeka Mura – čimbenik oblikovanja regionalnog identiteta, Ekonomska i ekohistorija, Vol. 9, No. 1, str. 56-66
28. Kavana i catering Arka, <https://www.kavana-arka.hr/> (23.6.2021.)
29. Klaić, B. (1982). Rječnik stranih riječi, Nakladni zavod Matice Hrvatske, Zagreb
30. Korunek, M. (2009). Župna crkva sv. Martina biskupa u Svetom Martinu na Muri, Godišnjak zaštite spomenika kulture Hrvatske, Vol. 33/34 No.33/34, str. 113-130
31. Kuća za odmor Dobranić, <https://dobranic.com/> (23.6.2021.)
32. Kuća za odmor Međimurski ceker, <https://medimurskiceker.com/> (23.6.2021.)
33. Lokalna akcijska grupa Međimurski bregi i doli, <https://lag-medjimurskidoliibregi.hr/clanovi/sveti-martin-na-muri/> (23.6.2021.)
34. Međimurska županija, <https://medjimurska-zupanija.hr/2021/04/07/sveti-martin-na-muri-postaje-prva-i-jedina-destinacija-u-hrvatskoj-u-kojoj-svi-turisticko-ugostiteljski->

- objekti-primjenjuju-zdravstvene-i-sigurnosne-protokole-za-pridrzavanje-epidemioloskih-mjera/ (25.6.2021.)
35. Međimurske novine, <https://www.mnovine.hr/medimurje/kuhate-sjajan-martinski-gulas-prijavite-se-na-natjecanje-i-pokazite-svoje-umijece/> (23.6.2021.)
36. Međimurski.hr, <https://medjimurski.hr/kulturno-uzdizanje-krece-medunarodni-festival-suvremene-poezije-murakon/> (22.6.2021.)
37. Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske, <https://mint.gov.hr/vijesti/sveti-martin-na-muri-hrvatski-pobjednik-za-europsku-turisticku-destinaciju-izvrsnosti/862> (30.6.2021.)
38. Oldtimer.hr, <https://www.oldtimeri.hr/kalendar-susreta/detalji-dogadjaja/105/-/blagoslov-vozaca-i-vozila-sv-martin-na-muri> (27.6.2021.)
39. Općina Sveti Martin na Muri, <https://opcina.svetimartin.hr/> (13.6.2021.)
40. Opg Perhoć, <https://opg-perhoc.com/o-nama.html> (25.6.2021.)
41. Petrić, L. (2012): Upravljanje razvojem turizma, Ekonomski fakultet, Split
42. Pirjevec B.; Kesar O. (2002). Počela turizma. Zagreb, Mikrorad d.o.o
43. Pivac, T., i Stamenković, I. (2012). Menadžment događaja, Novi Sad
44. Portal Hrvatskog kulturnog vijeća
<https://www.hkv.hr/izdvojeno/komentari/dvidmarovic/32354-sveti-martin-na-muri-murakon-2019.html> (12.6.2021.)
45. Potrti kotač, <https://potrti-kotac.com/> (27.6.2021.)
46. Pun kufer, <https://punkufer.dnevnik.hr/clanak/sto-kriju-krajnje-tocke-hrvatske---451905.html> (27.6.2021.)
47. Richards, B. (1997). Marketing turističkih atrakcija, festivala i posebnih događanja. Zagreb, Protecton.
48. Robinson, A. i Noel, J.G. (1991): Research needs for festivals: a management perspective, Journal of Applied Recreation Research, 16(1), str. 78 – 88.
str. 271 – 282.
49. Svetomartiinski Krampusi <https://svetomartinski-krampusi.hr/10-svetomartinski-krampuslauf/> (23.6.2021.)
50. Terme Sveti Martin <https://www.termesvetimartin.com/hr/o-nama/resort> (23.6.2021.)
51. Turistička zajednica općine Sveti Martin na Muri, <https://visit.svetimartin.hr/> (20.6.2021.)
52. Van Der Wagen, L.; Carlos, B. (2008). Event management. Zagreb, MATE d.o.o.

-
53. Varaždinska biskupija <https://www.biskupija-varazdinska.hr/vijesti/deveti-krizni-put-na-otvorenom-po-zupi-sveti-martin-na-muri/1070> (21.6.2021.)
54. Visit Međimurje <http://www.visitmedimurje.com/vijesti-vise.asp?id=101&kt=Walk#.YS5yhI4zbIU> (13.6.2021.)
55. Vukonić, B.; Čavlek, N. (2001). Rječnik turizma. Zagreb, Masmedia, urednik dr. Slaven Ravlić
56. Turistička zajednica grada Zagreba, <https://www.infozagreb.hr/> (1.6.2022.)
57. Hankinson, G. (2001). Location branding: A study of the branding practices of 12 English cities. *Journal of Brand Management*

PRILOZI

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Spol ispitanika.....	27
Grafikon 2. Starosna dob ispitanika	27
Grafikon 3. Obrazovanje ispitanika	28
Grafikon 4. Prebivalište ispitanika	28
Grafikon 5. Posjećenost manifestacija	29
Grafikon 6. Korištenje smještajne ponude za vrijeme posjete manifestacija.....	29
Grafikon 7. Smještajni objekti	30
Grafikon 8. Nedostatak manifestacija	30

POPIS TABELA

Tabela 1. Slaganje ispitanika sa navedenim tvrdnjama.....	31
---	----

Anketni upitnik

Preferencije i stavovi ispitanika o ponudi
manifestacija u Općini Sveti Martin na
Muri


Poštovani,

ovaj anketni upitnik provodi se s ciljem prikupljanja podataka za potrebe izrade završnog rada na temu "Utjecaj manifestacija na turističku ponudu Općine Sveti Martin na Muri". Istraživanje provodi Helena Jekić, studentica na specijalističkom diplomskom stručnom studiju Menadžment turizma i sporta na Međimurskom veleučilištu u Čakovcu. Ovaj je upitnik u potpunosti anonimna te Vam je za njegovo ispunjavanje potrebno 5 minuta.

Unaprijed Vam se zahvaljujem na uloženoj trudu i vremenu!

Helena Jekić!

 jekihelena@gmail.com (nije dijeljeno) Promijeni račun

 Skica je spremjena

*Obavezno

Jeste li ikad posjetili neke od događaja u Svetom Martinu na Muri *

- Da
 Ne

Ako je odgovor na prethodno pitanje "Da", označite koje ste od sljedećih događaja posjetili?

- Dani turizma
 Murakon
 Klasika uz Muru
 Svetomartinski krampustauf
 Martinje
 Križni put
 Vinckovo
 Oldtimer susret
 Ostalo:

Smatrate li da organizirani događaji znatno utječu na turističku ponudu ?

- Da
 Ne

Jeste li za vrijeme posjeta neke od manifestacija koristili smještajnu ponudu u Općini Sveti Martin na Muri?

- Da
 Ne

Ako je odgovor na prethodno pitanje "Da", označite koje ste od navedenih smještajnih objekata koristili?

- Hotel Spa Golfer
 Apartmani i sobe Rea
 Apartmani Lapaž i Auto camp Lapaž
 Kuća za odmor Međimurski cekcer
 Kuća za odmor Dobranić
 Vinski kamp Hažić
 Ostalo:

Kakvih, po Vašem mišljenju, manifestacija najviše nedostaje ili ih treba više? *

- sportskih
 kulturnih
 manifestacija za djecu
 zabavnih
 Ostalo:

Ocijenom od 1 do 5 izrazite svoje slaganje sa sljedećim tvrdnjama (1-u potpunosti * se ne slažem, 2-ne slažem se, 3- niti se slažem, niti se ne slažem, 4- slažem se, 5- u potpunosti se slažem)

	1	2	3	4	5
Manifestacijski turizam doprinosi osnaživanju tradicije i vrijednosti Općine Sveti Martin na Muri	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Manifestacijski turizam podiže životni standard lokalne zajednice	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Manifestacijski turizam omogućuje prepoznatljivost Općine Sveti Martin na Muri kao turističke destinacije	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Manifestacijski turizam doprinosi povećanju poslovnih prilika	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Spol

- Ž
 M

Starosna dob

- 18-25
- 26-35
- 36-45
- 46-55
- više od 55

Razina stečenog obrazovanja

- Osnovna škola
- Srednja škola
- Preddiplomski studij
- Diplomski studij
- Poslijediplomski studij
- Ostalo:

Iz koje županije dolazite? *

Odaberi ▼