

Održivi razvoj turizma na primjeru poslovanja Termi Sveti Martin

Sever, Krešimir

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Economics and Business / Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:148:581831>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2023-03-29**



Repository / Repozitorij:

[REPEFZG - Digital Repository - Faculty of Economics & Business Zagreb](#)



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU

EKONOMSKI FAKULTET

Preddiplomski stručni studij "Poslovna ekonomija", smjer „Turističko poslovanje“

ZAVRŠNI RAD

ODRŽIVI RAZVOJ TURIZMA NA PRIMJERU POSLOVANJA TERMI SVETI MARTIN

Student: Krešimir Sever

Matični broj: 0067559750Kolegij: Osnove turizma

Mentor: Prof. dr. sc. Oliver Kesar

Zagreb, rujan 2019.

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU

EKONOMSKI FAKULTET

Preddiplomski stručni studij "Poslovna ekonomija", smjer „Turističko poslovanje“

ZAVRŠNI RAD

**ODRŽIVI RAZVOJ TURIZMA NA PRIMJERU POSLOVANJA TERMI
SVETI MARTIN**

Krešimir Sever

Zagreb, rujan 2019.

Ime i prezime studenta/ice

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je _____
(vrsta rada)
isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu, a što pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog rada, te da nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

Student/ica:

U Zagrebu, _____

(potpis)

SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1. Definiranje obuhvata istraživanja.....	1
1.2. Izvori podataka, korištene metode i ciljevi istraživanja.....	1
1.3. Struktura rada.....	1
2. TERMINOLOŠKO ODREĐENJE ODRŽIVOG RAZVOJA I ODRŽIVOG POSLOVANJA U TURIZMU	2
2.1. Temeljne značajke i važnost održivog razvoja turizma.....	2
2.2. Načela i nositelji održivog razvoja turizma.....	4
2.3. Najčešće korištena mjerila održivog razvoja turizma.....	6
2.4. Pojmovno određenje i principi održivog poslovanja u turizmu.....	8
3. OPĆA I TURISTIČKA OBILJEŽJA DESTINACIJE SVETI MARTIN NA MURI	9
3.1. Položaj i prometna povezanost destinacije.....	9
3.2. Klima i reljef.....	9
3.3. Stanovništvo i raspoloživost radne snage.....	10
3.4. Temeljna turistička atrakcijska osnova	10
3.4.1. Prirodni turistički atraktivni resursi	10
3.4.2. Društveni turistički atraktivni resursi.....	12
3.5. Motivacija za dolazak turista.....	14
3.6. Analiza turističkog prometa i smještajnih kapaciteta destinacije (2009.-2018.).....	15
3.7. SWOT analiza turističke ponude destinacije.....	18
4. ODRŽIVI RAZVOJ TURIZMA NA TEMELJU POSLOVANJA TERMI SVETI MARTIN	21
4.1. Povijest razvoja turističke ponude Termi i šireg okruženja.....	21
4.2. Organizacija poslovanja i receptivni kapaciteti.....	22
4.3. Elementi održivosti u poslovanju.....	24
4.3.1. Održivo poslovanje u kontekstu lokalnog i regionalnog gospodarstva	24
4.3.2. Primjena ekoloških načela održivog razvoja u poslovanju.....	25
4.3.3. Društvena odgovornost poslovanja.....	27
4.4. Ograničenja budućeg razvoja i mogući utjecaji na održivost poslovanja.....	27
5. ZAKLJUČAK	29
LITERATURA	30
POPIS SLIKA	32
POPIS TABLICA	32
POPIS GRAFOVA	32
ŽIVOTOPIS	33

UVOD

1.1. Definiranje obuhvata istraživanja

Istraživanje obuhvaća definiranje održivog razvoja, kao i održivog razvoja turizma, zatim opće podatke o Međimurskoj županiji te o njenim turističkim atrakcijama, smještajnim i drugim receptivnim kapacitetima i analizom snaga i slabosti vezanih za turističku ponudu. Naposljetku se istražuje kako se održivi razvoj u turizmu primjenjuje u poslovanju Lifestyle Termi Sveti Martin te je prikazana organizacija poslovanja, elementi održivosti koji se primjenjuju u poslovanju te su istražena ograničenja budućeg razvoja i utjecaja na održivost. Ciljevi ovog rada su prikazati održivo poslovanje u turizmu na primjeru Lifestyle Termi Sveti Martin te prikazati Međimurje kao turističku regiju koja ima velik potencijal za budući razvoj.

1.2. Izvori podataka, korištena metode i ciljevi istraživanja

Za potrebe prikupljanja podataka korišteni su razni izvori, stručne knjige o održivom turizmu, završni i diplomski radovi, stručni članci te podatci iz usmene i pismene interakcije sa direktoricom ljudskih resursa u Termama Sveti Martin, gospođom Jelenom Berečić. Tokom istraživanja upotrebljene su metode promatranja, metoda deskripcije, induktivna metoda kao i metoda analize. Ciljevi ovog rada su prikazati održivo poslovanje u turizmu na primjeru Lifestyle Termi Sveti Martin te prikazati Međimurje kao turističku regiju koja ima velik potencijal za budući razvoj.

1.3. Struktura rada

Rad je podijeljen na 5 cjelina te započinje s uvodom u kojem se navode izvori podataka i metode koje su korištene u istraživanju, zatim sljedi druga cjelina u kojoj se opširnije opisuje sam pojam održivog razvoja te održivog razvoja u turizmu, njegova načela, značajke i osnovni pojmovi. Navodi se sami cilj i ideja održivog razvoja te njegov nastanak. Nakon toga detaljnije se opisuju Terme Sveti Martin i navode se opće informacije o općini Sveti Martin na Muri, kao što su njena klima i reljef, posebnosti, opis stanovništva, prirodna bogatstva te kulturna i povijesna baština.

U sljedećoj cjelini se opisuje utjecaj Termi Sveti Martin na općinu Sveti Martin na Muri i njeno stanovništvo, opisuje se organizacijska struktura termi te se objašnjava kako i na koje načine terme primjenjuju održivi razvoj turizma u svojoj županiji. Podaci iz ovog poglavlja su većinom prikupljeni od gore navedenog izvora, direktorice ljudskih resursa, gospođe Jelene Berečić.

Zaključak sadrži glavne prednosti i nedostatke te važne spoznaje do kojih se došlo istraživanjem, zatim određene prijedloge za poboljšanu primjenu održivog razvoja u poslovanju Termi Sveti Martin.

2. TERMINOLOŠKO ODREĐENJE ODRŽIVOG RAZVOJA I ODRŽIVOG POSLOVANJA U TURIZMU

2.1. Temeljne značajke i važnost održivog razvoja turizma

Zbog boljeg razumjevanja pojma održivog turizma najprije je potrebno objasniti što je to održivi razvoj. Održivi razvoj se počinje primjenjivati kao pojam 1970-ih godina poslije UN-ove konferencije u Stockholmu gdje se raspravljalo o naglom povećanju populacije na Zemlji, zagađenju okoliša i nekontroliranoj urbanizaciji. Kao posljedica neumjerenog korištenja brojnih prirodnih resursa i mnogih zagađivača koji su narušili stanje u prirodi nastaje potreba za održivim razvojem. Prvenstveno nastaje kako bi se ukazala povezanost između industrijskog i ekonomskog razvoja i zaštite okoliša.

Neposredno nakon izvješća Svjetske komisije za okoliš i razvoj 1987. godine, održivi razvoj se počinje progresivno razvijati. Takvom vrstom razvoja se treba onemogućiti nekontrolirani razvoj i uništenje prirodnih i društvenih resursa važnih za stabilan život čovječanstva.¹

Postoje različite definicije održivog razvoja, a najčešće se upotrebljava definicija iz gore navedenog izvješća "Naša zajednička budućnost" u kojoj stoji da je održivi razvoj "razvoj kojim se zadovoljavaju potrebe današnjih naraštaja, a da se pritom ne ugrožava mogućnost budućih naraštaja u zadovoljavanju njihovih potreba". To znači da odluke koje se donose i procesi koji se provode moraju biti u skladu s potrebama današnjih i budućih naraštaja.²

Održivi razvoj u turizmu je nastao ponajviše zbog pojave masovnog turizma koji uzrokuje negativne posljedice kao što su zagađenje okoliša, uništavanje prirodnih i društvenih resursa, povećanju buke i slično. Također postoje negativne posljedice za lokalno stanovništvo kao što su stvaranje velikih gužvi, trenutna prenapučenost destinacije, uništavanje autohtonosti destinacije te iseljavanje samog stanovništva. Turizam ima velik utjecaj na ekološke prilike, na kulturna i prirodna bogatstva koji su ujedno najveći turistički kapital i izvozni proizvod stoga ih je potrebno zaštititi i očuvati. Iz tog razloga nastaje pojam održivi turizam kojega je UNWTO (Svjetska turistička organizacija) definirala kao „upravljanje resursima ostvarujući ekonomske, socijalne i estetske potrebe tako da se poštuje kulturološki integritet, osnovni ekološki procesi, biološka raznolikost i sustavi na kojima se temelji život, stvara dobrobit i blagostanje cijelokupnome društvu uzimajući u obzir potrebe turista i njihovih domaćina.“³

Iz gore navedenog možemo zaključiti da je održivi turizam zapravo planirana akcija s određenim dugoročnim ciljevima koja ne uzrokuje uništenje okoliša i ekosustava već uvažava ekonomske, društvene i kulturne vrijednosti one destinacije u kojoj se razvija.

Održivi turizam primjenjuje se na način da ne iskorištava resurse do njihove degradacije i

¹ Herceg N. 2013.: Okoliš i održivi razvoj, Synopsis, Zagreb., str. 254

² Črnjar, M. (2002), Ekonomika i politika zaštite okoliša, Ekonomski fakultet Rijeka, str. 115

³ Črnjar, M., Črnjar, K. (2009), Menadžment održivog razvoja: Ekonomija, ekologija, zaštita okoliša, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, str. 167

uništenja već ih koristi tako da se njihova vrijednost očuva za buduće naraštaje. Ideja održivog turizma se zasniva na činjenici da su prirodni i društveni resursi ograničeni, skladno tome ograničen je i sam razvoj destinacije. Ovakva vrsta turizma može dugoročno opstati zbog očuvanja okoliša te zbog ostvarivanja koristi za lokalno društvo, kulturu i ekonomske prilike. Također je bitno za napomenuti da se održivim razvojem u turizmu želi stvoriti skup pozitivnih učinka kako za lokalnu zajednicu tako i za nacionalno gospodarstvo.⁴

Održivi razvoj turizma podrazumjeva:

- Optimalno korištenje prirodnih resursa uz očuvanje ekoloških procesa, prirodne baštine i biološke raznolikosti.
- Poštivanje društvenih i kulturnih vrijednosti zajednice, te očuvanje kulturne baštine i tradicionalnih vrijednosti uz međukulturalno razumijevanje i toleranciju
- Dugoročno planiranje za unaprijeđenje gospodarskih prilika i ublažavanje siromaštva uz konstantan doprinos socijalnim prilikama unutar zajednice.⁵

Prvi korak u primjeni održivog razvoja u turizmu je samo prepoznavanje i zaštita prirodnih i kulturnih vrijednosti kako bi se omogućio kvalitetniji turistički proizvod. Poznato je da je turizam izuzetno konkurentno i kompetitivno tržište koje uključuje velik broj privatnih i državnih subjekata koji nude razne proizvode i usluge te u svom nastojanju stvaranja profita i prihoda zanemaruju održivi razvoj. Stoga je u turizmu potrebno izraditi dugoročne planove i ciljeve, primjenjivati načela održivog razvoja i odgovornog turizma te kontrolirano razvijati pojedine destinacije. U trudu da se pravilno primjenjuju načela održivog razvoja u turizmu može doći do sukoba interesa između društvene i ekonomske perspektive razvoja turizma. Sukobi interesa se najčešće očituju između želje za povećanjem prihoda, broja noćenja, kapaciteta, zapošljavanja radne snage i zaštite prirodnih i društvenih resursa te utjecaja razvoja turizma na lokalno stanovništvo. Iz tog razloga je nužno ostvariti suradnju između državnih i privatnih poslovnih subjekata kako bi zajedno stvorili kvalitetan i konkurentan turistički proizvod, ali istovremeno i zaštitili resurse i lokalno stanovništvo.

Može se reći da je održivi razvoj danas nadasve rasprostranjen pojam među običnim stanovništvom te se kao koncept spominje u medijima i u znanosti, ali ga je i dalje komplicirano primjeniti i provesti u praksi.

Za njegovu pravilnu primjenu trebao bi se kreirati sustav zajedničke suradnje između društva, okoliša i ekonomije. Također je potrebno odrediti dugoročne planove koji bi bili u skladu s nacionalnom i međunarodnom politikom države. Nužno je smanjiti one procese i ciljeve koji su orjentirani pretežno na ostvarivanje dobiti a zanemaruju okoliš te je potrebno ostvariti suradnju kako među zemljama tako i među poslovnim organizacijama i udrugama.⁶

S vremenom je zagađenje okoliša preraslo iz lokalnog u svjetski problem i prijetnju koja se

⁴ Bilen, M. (2008), Turizam i okoliš, Mikorad, Zagreb, str. 75

⁵ UNWTO Ethics and Social Responsibility, Global Code of Ethics for Tourism - Article 1,

⁶ Društveno odgovorno poslovanje u Hrvatskoj, Održivi razvoj, dostupno na: <http://www.dop.hr/?p=700>, (17. svibnja 2018.)

najviše očituje u globalnom zatopljenju te u promjenama klime i temperature. Zbog trenutnih okolnosti kao što su rastuća industrijalizacija, urbanizacija i globalizacija, povećanja broja stanovništva i razvijanja tehnologije iznimno je zahtjevno provoditi održivu vrstu razvoja. Sukladno tome potrebno je posvetiti više pažnje i vremena u rješavanju problema primjene održivog razvoja.

2.2. Načela i nositelji održivog razvoja turizma

Prvi korak u implementiranju održivog razvoja je ugrađivanje njegovih načela u dugoročne planove i ciljeve razvoja turizma na lokalnoj i nacionalnoj razini.⁷ Postoje tri glavna načela održivog razvoja u turizmu, a to su :

- ekološko načelo
- sociokulturno načelo
- ekonomsko načelo

Ekološko načelo

Masovni turizam i turizam kao takav ostavlja negativne ekološke posljedice po okoliš, stoga je potrebno primjenjivati ekološka načela održivog turizma kako bi se spriječilo daljnje zagađivanje i degradacija turističkih resursa. Turizam postaje industrija od iznimne važnosti za gospodarstvo neke zemlje te se u svrhu ostvarivanja što većeg profita postavljaju kratkoročni ciljevi i planovi koji dovode do negativnog učinka na samu atraktivnost destinacije. Glavnina tih negativnih posljedica proizlazi iz nekontrolirane i prekomjerne uporabe resursa, gomilanja otpada i pretjerane turističke aktivnosti.

Prema Svjetskoj turističkoj organizaciji, primjenjivanje ekoloških načela održivog razvoja u turizmu znači "osigurati optimalnu upotrebu resursa iz okoliša koji konstituiraju ključne elemente u razvoju turizma, odražavajući nužne ekološke procese i pomažući u očuvanju prirodnog nasljeđa i biološke različitosti." Ovom definicijom se želi istaknuti važnost optimalnog iskorištavanja resursa koji su bitni za lokalni ekosustav, okoliš i stanovništvo koje tamo prebiva. Također je važno za napomenuti da se okoliš počeo smatrati isključivo kao turistički resurs a zanemaruje se činjenica da je to zapravo ključni faktor održivog razvoja i mjesto svakodnevnog života lokalnog stanovništva.⁸

U teoriji, primjena ekoloških načela u održivom razvoju turizma bi trebala zadovoljiti potrebe lokalnog stanovništva i turista te pritom sačuvati prirodne i društvene resurse za buduće generacije. Za stvarnu primjenu ekoloških načela potrebna je njihova implementacija u državne organizacije koje su zadužene za planiranje, razvoj i upravljanje turizmom. Osim državnih tijela za njihovo provođenje trebali bi biti zaduženi i privatni subjekti u turizmu te samo lokalno stanovništvo pa zatim i sami posjetitelji destinacije. Dugoročno zanemarivanje ekološkog načela i vođenje isključivo profitom može bespovratno degradirati i uništiti turističku destinaciju.⁹

⁷ Bilen, M. (2008), Turizam i okoliš, Mikorad, Zagreb, str. 80

⁸ World Tourism Organization, UNWTO Annual Report, 2015, Madrid, 2016.

⁹ Čanadi, V., Trstenjak, M., Blajić, B. (2017), Simbioza društvene odgovornosti poduzeća i lokalne zajednice, Obrazovanje za poduzetništvo, Vol. 7 No. 1, str.

Stoga je nužno kreirati strategiju primjene ekološkog načela u razvoju turizma te osmisliti dugoročan plan za pravilnu uporabu raspoloživih turističkih resursa. Također se treba voditi briga o konstantnom ulaganju u očuvanost istih. Potrebno je i kontrolirati urbanizaciju same destinacije, točnije sprečavati prekomjernu izgradnju kako se nebi vizualno narušio javni i turistički prostor.¹⁰

Sociokulturno načelo

Dolazak turista i razvoj turizma u određenoj destinaciji bitno utječe na stil života, kulturu i tradiciju lokalnog stanovništva. Socijalizacijom između turista i lokalnog stanovništva dolazi do mješanja kultura, rasa, običaja i slično, stoga je potrebno primjenjivati sociokulturna načela održivog turizma kako ne bi došlo do gubljenja autohtonosti kulture domicilnog stanovništva. Tim načelom bi se trebalo osigurati poštivanje društveno kulturne autentičnosti te destinacije, očuvanje njihovog kulturnog nasljeđa i tradicijskih vrijednosti i doprinos međukulturalnom razumijevanju i toleranciji.¹¹

Ovim načelom se isključivo žele zaštititi određene lokalne posebnosti te očuvati njihova autohtona obilježja koja su karakteristična za isključivo tu destinaciju. Prilikom kontakta i interakcije domaće populacije sa stranim gostima neminovno je da će se kultura same destinacije postepeno mijenjati zajedno s razvojem turizma. Te promjene mogu biti i pozitivne zato što upravo takva vrsta interakcije dovodi do povezivanja ljudi iz raznih nacija, smanjivanja njihovih socijalnih razlika te se postiže određeni stupanj razumjevanja i međusobnog poštovanja.

Svjetska turistička organizacija je održivi razvoj opisala kao razvoj koji "poštuje i sociokulturnu izvornost domaćina, čuva izgrađeno i životno kulturno nasljeđe i tradicionalne vrijednosti te doprinosi interkulturalnom razumijevanju i toleranciji." Kada se spominje pojam sociokulturna održivost, tada se misli na razinu spremnosti turističke destinacije na prihvata inozemnih turista te na njenju sposobnost da istovremeno ne ugrožava autohtonost lokalnog stanovništva. Također sociokulturna održivost podrazumjeva usklađenost između razvoja turizma i stila života ljudi na koje turizam utječe uz dodatak isticanja samog identiteta lokalne zajednice.¹²

Kao što je već navedeno turizam može imati pozitivne utjecaje po lokalno stanovništvo i njihovu kulturu. Taj pozitivan utjecaj se očituje u predstavljanju kulture receptivne turističke destinacije prema inozemnim turistima, što podrazumjeva i širenje te iste kulture, običaja, znamenitosti po cijelome svijetu. No nažalost, razvoj turizma uzrokuje i negativne posljedice kao što su nametanje strane kulture, prisilno prilagođavanje tuđim običajima, povećana stopa kriminala i postepeno gubljenje izvornosti turističke destinacije i njenog stanovništva. Kako bi se spriječilo gubljenje identita destinacije i ostale negativne posljedice potrebno je u provođenje načela uključiti i samo lokalno stanovništvo te privatne poslovne subjekte koji su u doticaju s turistima na razne načine.

Domicilno stanovništvo koje je u kontaktu s gostima nužno je educirati o samom održivom razvoju, a pogotovo o sociokulturnom načelu održivog razvoja, što ono zapravo znači, što

179-191

¹⁰ Franjić, J. (2018), Održivi razvoj turizma otoka Cresa, završni rad, Veleučilište u Karlovcu, str. 8

¹¹ Črnjar, M., Črnjar, K. (2009), Menadžment održivog razvoja: Ekonomija, ekologija, zaštita okoliša, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, str. 65

¹² World Tourism Organization, UNWTO Annual Report, 2015, Madrid, 2016., str. 27

podrazumijeva i kako se provodi.¹³ Istovremeno je potrebna edukacija radne snage koja je u doticaju s turistima o znamenitostima, posebnostima i autohtonosti kulture lokalne zajednice i destinacije, kako bi taj cijeli koncept mogli što bolje dočarati posjetiteljima. Najviše utjecaja na provođenje sociokolturnih načela ima lokalna turistička zajednica i samouprava koja ima za zadaću implementirati spomenuta načela u planiranje razvoja turizma u svojoj destinaciji te osigurati pravilnu provedbu istih.

Ekonomsko načelo

Treće i vrlo bitno načelo održivog razvoja turizma je ekonomsko načelo održivosti. Ovo načelo se odnosi na održavanje zaliha kapitala te jamči da je razvoj ekonomski efikasan te da je upravljanje resursima takvo da će se njima moći koristiti i buduće generacije. Ekonomska održivost turizma zasniva se na ekonomski djelotvornom razvoju te za cilj ima osigurati stanje blagostanja za sadašnje i buduće generacije. Pod ekonomski djelotvoran razvoj podrazumijevamo vrste poslovanja koje će omogućiti dugoročne ekonomske aktivnosti, omogućiti stalnu zaposlenost, smanjiti stopu siromaštva te ostvariti ekonomske prihode za lokalnu zajednicu.¹⁴

Subjekti u privatnom sektoru često donose kratkoročne odluke u poslovanju koje štete ekonomskoj, ekološkoj te sociokulturnoj održivosti turizma. Međutim, lokalna samouprava ili država također donose takvu vrstu odluka radi istog razloga, ostvarivanja većeg prihoda. Ekonomsko načelo kao i sva druga načela održivosti bazira se na jednakom sudjelovanju svih subjekata u razvoju turizma. Tu se podrazumijevaju kako politički tako i gospodarski subjekti koji za zadatak imaju osigurati i poticati bolju kvalitetu života za buduće generacije.¹⁵ Kako bi se pravilno primjenilo načelo ekonomske održivosti ne smije se zanemariti sociokulturno i ekološko načelo, iz razloga njihove velike međuovisnosti te utjecaja koji imaju na turizam. Pravi održivi razvoj turizma moguće je provoditi jedino kada se sva tri načela održivosti primjenjuju ujednačeno, usklađeno i pravovremeno od strane svih subjekata koji sudjeluju u razvoju turizma neke destinacije ili države.

2.3. Najčešće korištena mjerila održivog razvoja turizma

Mjerila održivog razvoja turizma nastala su kao odgovor na pitanje kako vjerodostojno primijeniti načela održivog razvoja u turizmu, dobiti povjerenje turista, osigurati ekonomsko blagostanje lokalne zajednice, zaštititi i unaprjediti njihov način života te osigurati optimalno i odgovorno iskorištavanje resursa.

Drugim riječima, mjerila služe kao smjernice lokalnoj samoupravi koje bi mjere trebalo poduzeti kako bi se propisno primjenjivao održivi razvoj turizma te destinacije. Ova mjerila pomažu u primjeni efektivnog održivog razvoja turizma i povećavanju ekonomskih koristi za lokalno stanovništvo te smanjenje negativnog učinka turizma. Prema Global Sustainable Tourism Council- u (Svjetsko vijeće održivog turizma) kriteriji održivog razvoja turizma dijele se u četiri odjela:

1. Upravljanje održivim razvojem:

¹³ Bartoluci, M., Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva. 2013. Školska knjiga, str. 39

¹⁴ UNWTO. 2003: Tourism Market Trends - World Overview and Tourism Topics, Madrid, 2003., str. 17

¹⁵ Održivi turizam u deset koraka - <http://www.odraz.hr/media/152864/odrzivi-turizam-u-deset-koraka-small-file-size.pdf>

- kreiranje strategije provođenja održivog razvoja,
- nadziranje razvoja,
- upravljanje turističkom sezonalnošću destinacije,
- omogućen pristup ustanovama i atrakcijama za sve (uključujući osobe s poteškoćama u kretanju),
- zadovoljstvo posjetitelja (destinacija nadzire zadovoljstvo posjetitelja te po potrebi intervenira kako bi se njihovo zadovoljstvo povećalo),
- upravljanje krizom i izvanrednim situacijama.

2. Povećanje ekonomskih koristi za lokalnu zajednicu:

- potpora lokalnim poduzetnicima,
- nadziranje ekonomskog stanja destinacije (direktni i indirektni prihodi ostvareni od turizma se javno objavljuju jednom godišnje),
- omogućavanje povećanog zapošljavanja lokalnog stanovništva,
- sudjelovanje lokalnog stanovništva u planiranju razvoja destinacije,
- podizanje svijesti o turizmu te pružanje edukacije o važnosti održivog razvoja.

3. Povećanje pogodnosti za lokalnu zajednicu, kulturu i posjetitelje:

- zaštita i očuvanje prirodnih i društvenih atrakcija,
- upravljanje količinom posjetitelja kod određenih atrakcija u destinaciji,
- smjernice za način ophođenja posjetitelja,
- zaštita kulturnog nasljeđa.

4. Očuvanje okoliša i smanjivanje negativnih učinaka:

- upravljanje rizicima po okolišu,
- zaštita ekološki osjetljivih područja i životinjskog svijeta,
- upravljanje potrošnjom energije,
- održavanje kvalitete vode i upravljanje njenom potrošnjom,
- smanjenje otpada.

U pravilu bi se trebali primjenjivati svi kriteriji koji su navedeni osim ako to iz određenih razloga nije moguće. Ponekad se određena mjerila ne mogu primjeniti radi specifičnosti te destinacije, zbog zakonskih regulativa te zbog općenitog načina života, religije i uvjerenja lokalnog stanovništva.¹⁶ Kako bi se spriječilo daljnje uništavanje prirodnih i društvenih atrakcija te narušavanje načina života lokalnog stanovništva potrebno je koristiti gore navedena mjerila. Njihova primjena biti će uspješna tek nakon što se implementiraju u

¹⁶ GSTC, 2014., dostupno na: https://www.gstcouncil.org/wp-content/uploads/2013/11/Dest-CRITERIA_and_INDICATORS_6-9-14.pdf, 15.07.2018

dugoročni plan razvoja turizma od strane lokalne samouprave određene destinacije, te se u praksi počnu provoditi od strane svih sudionika u turizmu što uključuje lokalno stanovništvo, poduzetnike i same turiste.

2.4. Pojmovno određenje i principi održivog poslovanja u turizmu

Održivo poslovanje je ono koje ostvaruje dobrobit za samog poslodavca u smislu reduciranja operativnih troškova i smanjenje štetnih utjecaja na okoliš, ali istovremeno uključuje i pomaže lokalnoj zajednici. Stoga "održivo poslovanje je poslovanje koje podrazumjeva sinergiju ekonomske dobiti, brige za okoliš u najdirem smislu te socijalne uključenosti u zajednicu". Ciljevi takvog koncepta poslovanja su podizanje kvalitete smještaja, rad na podizanju kvalitete ljudskih potencijala, povećati prepoznatljivost na tržištu i kreirati imidž "zelenog poduzeća", uključiti lokalnu zajednicu u poslovanje i razvoj, smanjiti troškove poslovanja te naravno povećati prihode.

U održivom poslovanju trebaju biti implementirani i principi održivog razvoja, točnije organizacija se treba voditi tim načelima te im oni trebaju služiti kao smjernice. Poduzeća i kompanije koje djeluju u turizmu moraju voditi računa o lokalnoj zajednici i njenim potrebama i zahtjevima, što znači da održivim poslovanjem pomognu razviti lokalnu zajednicu, promovirati njihovu kulturu te zaštititi njihov način i stil života. Osim toga u "zelenom" ili održivom poslovanju fundamentalni princip kojim se organizacije ili poduzeća trebaju voditi je briga o okolišu u kojem djeluju. Točnije, da poduzeće mora reducirati svoje štetne učinke na okoliš izazvane njihovim djelovanjem, također potrebno je voditi brigu da svojim razvojem i širenjem poduzeće ne narušava izgled lokalnog područja. Svojim održivim poslovanjem poduzeće bi također trebalo omogućiti stalnu zaposlenost, smanjiti stopu siromaštva te ostvariti određene ekonomske prihode za lokalnu zajednicu.¹⁷

¹⁷ Udruga poslodavaca u hotelijerstvu Hrvatske- Projekt Zeleno poslovanje u hotelijerstvu, dostupno na GSTC, 2014., dostupno na: https://www.gstcouncil.org/wp-content/uploads/2013/11/Dest-CRITERIA_and_INDICATORS_6-9-14.pdf, 15.07.2018

3. OPĆA I TURISTIČKA OBILJEŽJA DESTINACIJE SVETI MARTIN NA MURI

3.1. Položaj i prometna povezanost destinacije

Općina Sveti Martin na Muri nalazi se u Međimurskoj županiji koja se smjestila na krajnjem sjeveru Hrvatske te graniči s Mađarskom i Slovenijom. Najsjevernija je točka Republike Hrvatske te je karakteriziraju dva tipa reljefa, nizinski na sjevernom dijelu, a brežuljkasti na južnom. Cijelokupno Međimurje okružuju rijeke Mura i Drava te Alpe s njene zapadne strane. Nadimak za Međimursku županiju je "vrt Hrvatske" zbog njenih prirodnih ljepota te je ujedno i najmanja županija u Republici Hrvatskoj s površinom od svega 730 kilometara kvadratnih.

Gradovi i naselja koja okružuju općinu Sveti Martin na Muri nisu pretežito dobro prometno povezani, kao ni terme do kojih je komplicirano doći koristeći samo navigaciju. Javni prijevoz između naselja u županiji je slabo organiziran i neredovit. Općina se sastoji od 13 naselja: Brezovec, Marof, Gornji Koncovčak, Gradišćak, Kapelšćak, Lapšina, Toplice Sveti Martin, Vrhovljan, Žabnik, Čestijanec, Jurovčak, Jurovec i Grkavešćak.

Županija je neslužbeno podjeljena na dvije cjeline, na Gornje i na Donje Međimurje. Terme Sveti Martin su smještene u Gornjem Međimurju, točnije u općini Sveti Martin na Muri koja je pet puta dobila nagradu Hrvatske turističke zajednice za jedno od najlijepše uređenih malih naselja u kontinentalnoj Hrvatskoj. Također je važno za napomenuti da je cjelokupna destinacija Sveti Martin na Muri u sklopu Europskog projekta EDEN (Europske destinacije izvrsnosti) 2007. godine osvojila prvo mjesto u Hrvatskoj te je uvrštena među deset najboljih europskih ruralnih turističkih destinacija. Istu tu nagradu osvojila je regija Gornje Međimurje 2015. godine zbog svojih očuvanih prirodnih ljepota, kulturne baštine sela, Lifeclass Terma Sveti Martin te turističkom ponudom utemeljenom na održivom razvoju.¹⁸

3.2. Klima i reljef

Općina Sveti Martin na Muri spada u Gornje Međimurje koje je reljefni nastavak Slovenskih Gorica a najviše točke su: Mohokos s 344 metara nadmorske visine, Robadje s 339 metara nadmorske visine i Sveti Juraj na Bregu s 320 metara nadmorske visine. Na području Svetog Martina na Muri kao i u vežini Međimurja prevladava ilovasto i glinasto tlo koje je nastalo uništavanjem prijašnjih šuma te je pogodno za ratarstvo, vinogradarstvo i voćarstvo. Na ovom području nalaze se šume hrasta lužnjaka, koje je izrazito kvalitetno drvo te je velika potražnja za njegovim izvozom u Europu. Osim šuma hrasta lužnjaka zastupljene su i šume hrasta kitnjaka koje su vežinom raskrčene uglavnom iz razloga naseljavanja i proširivanja poljoprivredno obradivih površina.

Klima je umjereno-kontinentalna, uobičajena za ovu regiju Panonske nizine. Karakteriziraju je vruća ljeta i hladne zime te prosječna godišnja temperatura zraka iznosi oko 10⁰ C. Ljeti prosječna temperatura iznosi 19⁰C, a zimi se prosjek spušta na -1⁰C. Iz činjenica da na ovom području ukupna godišnja količina oborina iznosi 990 mm, da snijeg prekriva tlo od 40 do 55 dana u godini te da županija ima otprilike 60 sunčanih dana (2.000 sati) godišnje,

¹⁸ Međimurska županija - <https://medjimurska-zupanija.hr/>

možemo zaključiti da je klima također iznimno pogodna za bavljenje poljoprivredom..¹⁹

3.3 Stanovništvo i raspoloživost radne snage

Međimurska županija je najgušće naseljena županija u Hrvatskoj poslije grada Zagreba. Gustoća naseljenosti iznosi 156 stanovnika po kilometru kvadratnom. Općina Sveti Martin na Muri svojom površinom od 25,25 kilometara kvadratnih spada u manje općine u Republici Hrvatskoj, a gustoća naseljenosti Općine iznosi 117,15 stanovnika po kilometru kvadratnom, što je manje od gustoće naseljenosti cijelokupne županije. Prema zadnjem popisu stanovništva u Općini živi 2.958 stanovnika od kojih su 95,10% Hrvati te Slovenci sa 2% i ostali. Većina stanovništva, točnije 97,70% je katoličke vjere, a ostatak stanovništva je dio Pravoslavne vjerske zajednice kao i Protestantske vjerske zajednice. Prema zadnjim podacima u općini Sveti Martin na Muri bilo je zaposleno 1.006 osoba u starosti od 15 godina pa nadalje. Najviše je zaposlenih u prerađivačkoj industriji, građevinarstvu i trgovini na malo. Nezaposleno je 99 osoba, a najviše nezaposlenih je imalo završeno samo osnovnu školu. Veliki problem predstavlja visoka nezaposlenost ženske populacije u općini s niskim stupnjem obrazovanja. Nažalost veća je potreba za radnicima od ponude. U prošloj godini bilo je potrebno više radnika, nego što ih je bilo nezaposleno.²⁰ Zbog takve situacije bilo je potrebno uvoziti potrebnu radnu snagu koja često nije toliko kvalitetna i pouzdana kao domaća radna snaga.

No, od prošle godine počele su se provoditi mjere Hrvatskog zavoda za zapošljavanje kako bi se povećala zaposlenost u županiji i njenim općinama smanjili nameti za lokalne poduzetnike te kako stanovništvo ne bi migriralo iz Međimurske županije.

3.4 Temeljna turistička atrakcijska osnova

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.²¹

3.4.1. Prirodni turistički atraktivni resursi

Destinacija Sveti Martin na Muri najpoznatija je upravo zbog svog prirodnog turističkog resursa, ljekovite termalne vode na čijem izvoru su nastale današnje Lifestyle Terme Sveti Martin. U nastavku će biti navedeni i drugi bitniji prirodni turistički atraktivni resursi na ovom području.²²

¹⁹ Međimurje.info- Osnovni podatci - dostupno na <https://medimurje.info/wp/osnovni-podaci/>

²⁰ Državni zavod za statistiku - <https://www.dzs.hr/>

²¹ Institut za turizam – dostupno na http://www.iztg.hr/hr/publikacije/turizam/najnoviji_broj/?clanakId=544&brojId=38

²² Međimurska županija - <https://medjimurska-zupanija.hr/>

1. Regionalni park Mura Drava

Jedna od poznatijih prirodnih atrakcija je Regionalni park Mura-Drava koji se proteže kroz područje od čak 3 grada te sukladno tome ima površinu od čak 87.680 hektara. Vrlo je bitno za napomenuti da su rijeka Drava i Mura jedne od zadnjih rijeka u Europi koje imaju prirodan tok te ih karakterizira njihova velika biološka raznolikost. Ovo područje obiluje vlažnim staništima koja su jedna od najugroženijih u Europi. Pod vlažna staništa spadaju: Poplavne šume, napuštena korita i meandre, vlažni travnjaci te strme odronjene obale u kojima se gnjezde zaštićene vrste. Područje Parka je navedeno kao područje važno za ptice (SPA područje) iz razloga što je dom 20.000 vrsta ptica od kojih su većina njih zaštićene. Također, na ovom području se može naći 37 do 60 rijetkih i ugroženih vrsta ptica.

Slika 1. Regionalni park Mura Drava



Izvor: <http://tris.com.hr/2017/12/rijeka-drava-i-prekogranični-rezervat-biosfere-mura-drava-dunav-ugroženi-izgradnjom-dvije-velike-hidroelektrane/>

2. Poučna staza Murščak

Također, vrlo zanimljiva atrakcija je Poučna staza Murščak koja je prva ovakve vrste u Međimurju. Radi se o stazi koja je duga 6.300 metara te se može proći pješke ili biciklom. Nalazi se uz samu rijeku Muru te sadrži 12 poučnih tabela od kojih svaka pruža zanimljive informacije o geografskim, kulturnim, tradicijskim vrijednostima ovog kraja te o vodenim, šumskim, livadnim i oraničkim bioekosustavima. Ovo područje zvano Murščak koje se prostire na 1.500 hektara ime je dobilo po svojoj hrastovoj šumi te je 2001. godine dobilo status zaštićenog krajolika.

3. Spomenik prirode Bedekovićeve grabe

Stanište je brojnih biljnih i životinjskih vrsta, uključujući dvije kritično ugrožene vrste leptira (veliki i zagasiti livadni plavac). Spomenikom je proglašen 2002. godine, a spomenik je također dio NATURA 2000 lokaliteta.

4. Mlinarov poučni put

Postoji još jedna slična atrakcija koja je nastala na primjeru staze Murščak, a to je Mlinarov poučni put. Osim što nudi pregršt interesantnih podataka o prirodnoj i tradicijskoj baštini prostora Značajnog krajobraza rijeke Mure u ponudi je također i riječna skela. To je plovilo koje bez upotrebe motora, jedara ili vesla može prevoziti ljude i vozila s jedne strane rijeke na drugu. Danas se većinom koristi u turističke svrhe u sklopu Mlinarovog poučnog puta.²³

3.4.2. Društveni turistički atraktivni resursi.

1. Farma jelena obitelji Perhoč

Farma jelena obitelji Perhoč nalazi se u blizini resorta Termi Sveti Martin te se iz resorta organiziraju dnevni izleti u posjet farmi. Osim jelena ovdje se nalaze i druge divlje životinje poput muflona, divljih svinja i srna, a sveukupno se na farmi nalazi 160 grla divljači. Samo područje na kojem životinje obitavaju iznosi 10 hektara te sadrži malu šumarak, blatno područje i potok koji životinjama omogućuju normalniji život. Na farmi postoji mogućnost hranjenja životinja te učenje o istima.

2. Crkva Svetog Martina biskupa

Župna crkva smjestila se u samom centru naselja Sveti Martin na Muri te potiče iz gotičkog razdoblja o čemu svjedoče uklesane 1467. godina i 1468. godina na sediliji u svetištu. U 18. stoljeću ovoj crkvi prigradene su dvije bočne kapele te nakon toga poprma tlocrt križa.

3. Arheološko nalazište Helicanum

Arheološko nalazište Helicanum nalazi se na području naselja Sveti Martin na Muri. Arheološka istraživanja se na ovom području provode od 70. ih godina prošlog stoljeća te su bila manjeg opsega za razliku od današnjih. Istaživanja ponovno kreću 2015. godine kada se pomoću sonda i brojnih pokretnih nalaza utvrdilo da je u antičko doba na prostoru Svetog

²³ Visit Međimurje- Prirodna baština – dostupno na: https://www.visitmedimurje.com/atrakcije_aktivnosti-vise.asp?id=39&m=2&mm=06&kt=Priroda#.XUx17OgzaUk

Martina na Muri postojalo naselje. Pretpostavlja se da je većina starih zidova i stambenih ostataka zakopan pod izgrađenim kućama i na privatnim posjedima. Nalazi koji su otkriveni na ovom području datiraju od 1. stoljeća pa do 4. stoljeća.

4. Ekomuzej Mura

Ekomuzej nije tipičan muzej, već obuhvaća samo područje uz rijeku Muru koje uključuje i područje Slovenije te općine Sveti Martin na Muri, Podturen i grad Mursko Središće. Duž ovog prostora nalaze se skele koje voze preko rijeke, plutajući mlinovi, povijesna obilježja i izložbene zbirke koje pokazuju nekadašnji način života na selu.

5. Moderna interaktivna etnografska zbirka „Jen den v živleju mlinara Franca Žalara“

Ova interaktivna etnografska zbirka nalazi se u Mlinarskoj hiži te jedan njen dio se sastoji od prikazivanja 3D filma o životu mlinara Franca Žalara. Film prikazuje jedan tipičan dan za mlinara u tadašnje doba. Također, postoji i podna projekcija koja pruža osjećaj hodanja u plicaku rijeke Mure. Važno je za napomenuti da su ovaj projekt su financirali Općina Sveti Martin na Muri, Turistička zajednica Sveti Martin na Muri te Ministarstvo turizma.

6. Stari mlin

Tradicija je jako bitna sastavnica turizma Međimurja, stoga se turistima što više želi približiti njihova kultura, običaji, stari načini izrade stvari i dobivanja namirnica. Jedan od tih starih načina može se vidjeti u malenom naselju Žabnik pored Svetog Martina na Muri. Tamo se nalazi stari plutajući mlin sa originalnim mehaničkim sustavom iz 1902. godine kada je prvi put smljeveno brašno na tom mlinu. Posjetitelji mogu vidjeti stari način izrade brašna.

Ovo je unikatni objekt tradicijske graditeljske baštine u Hrvatskoj i šire te iznimno dobro prikazuje tradicionalnu izradu brašna. Na ovim prostorima u 20. stoljeću djelatnost mlinarenja je bila posebno razvijana te je prije bilo aktivno i do 90 mlinova.

7. Cesta tradicije

Još jedna jedinstvena turistička atrakcija koja je osmišljena isključivo kako bi turistima približila tradiciju i povijest Međimurja je "Cesta tradicije". Naime radi se o već isplaniranom itinereru s umreženim lokacijama na kojima se može pričustvovati i vidjeti tradicionalan način izrade pojedinih predmeta, oružja i slično. To su većinom radionice tradicionalnih zanata kao što su pletač, šibar, lončar, mlinar, drvorezbar, tkalja, vrtlar u tradicionalnom vrtu te ispiraći zlata.

Vrlo važna, a slabo poznata činjenica je da se u Međimurju već za vladavine grofova Zrinskih počelo ispirati zlato na tadašnjim nalazištima na rijeci Muri. Postoji i dokument, točnije povelja koju tadašnja carica Marija Terezija izdaje 1776. godine koja je bila namjenjena zlatarima iz Donjeg Vidovca. U njoj stoji da ispiraći zlata imaju pravo ispirati

zlatu na rijekama Savi, Dravi i Muri te koristiti obalu rijeka. Bitno je za istaknuti da je do početka Drugog svjetskog rata samo na rijeci Muri djelovalo preko 240 zlatara sa 129 čamaca. Zlato s Mure i Drave se i danas smatra jednim od najčišćih prirodnih zlata u svijetu.

8. Rodna kuća doktora Rudolfa Steinera

Doktor Rudolf Steiner je utemeljitelj antropozofije, waldorfske pedagogije, biološko dinamičke poljoprivrede, euritmije i organske arhitekture. Rodna kuća Rudolfa Steinera se nalazi u Donjem Kraljevcu te je nedavno obnovljena i uređena originalnim predmetima iz života obitelji Steiner. Iako se kuća nalazi u privatnom vlasništvu i dalje je otvorena javnosti. Filozofija Rudolfa Steinera, točnije organska arhitektura je izravno utjecala na izgled wellness centra u Termama Sveti Martin. Napravljena je tako da nema oštih kuteva već je cijela građevina zaobljena.²⁴

9. Međimurska popevka

Međimurska popevka su tradicijske međimurske pjesme koje se grupiraju u stare mitske tematike te se pjevaju u kolu. Također postoje i novije pjesme koje pjevaju o stvarnim događajima te su popevke 2013. godine uvrštene u Registar zaštićenih nematerijalnih dobara Republike Hrvatske.

10. Čipkarstvo

Čipkarstvo se pojačano vrednuje u općini Sveta Marija te posebno obilježje svetomarijske čipke je to što se izrađuje iz jedne neprekinute niti. Uvrštena je u Registar zaštićenih nematerijalnih dobara s oznakom izvornosti 2009. godine.

11. Urbanovo

Manifestacija koja se održava u Štrigovu i Svetom Urbanu te objedinjuje Festival pušipela, Dane otvorenih podruma i proslavu Svetog Urbana te je prepoznata kao platforma za kulturu pijenja vina i etabliranja izvornog pušipela. Uobičajena okuplja hrvatske vinare te vinare iz regije (Slovenije, Mađarske i Austrije).²⁵

3.5. Motivacija za dolazak turista

Turistička motivacija je zapravo ponašanje osobe koja se uključuje u turističku aktivnost kako bi zadovoljila svoje turističke motive i potrebe. Motivi mogu biti osobni i društveni od kojih su osobni motivi prilagođeni samom turistu, dok su društveni većinom želja za

²⁴ Visit Međimurje – Kulturno-povjesna baština. – dostupno na: http://visitmedimurje.com/atrakcije_aktivnosti-vise.asp?id=42&m=2&mm=07&kt=Kultura%20i%20povijest#.XUxprugzaUk

²⁵ Visit Međimurje – Manifestacije. – dostupno na:

<http://visitmedimurje.com/manifestacije.asp?id=43&m=2&mm=11&kt=Manifestacije#.XUxqxugzaUk>

kontaktoom s drugim ljudima i stvaranje međuljudskih odnosa. Motivi za dolazak turista u destinaciju također mogu biti interni i eksterni. Primjerice, eksterni su utjecaj okoline i drugih društvenih čimbenika, dok su unutarnji potreba za odmorom, rekreacijom, zadovoljenje kulturnih potreba i slično.²⁶

Općina Sveti Martin na Muri ima solidnu ponudu društvenih turističkih resursa koji su već prije navedeni, no ti društveni resursi još uvijek nisu toliko marketinški ispromovirani stoga ne privlače dovoljan broj turista. Slična stvar je i s prirodnim turističkim atrakcijama, koje nažalost nisu toliko poznate i značajne kao one u ostatku Hrvatske. Može se zaključiti kako većinska motivacija dolaska turista u destinaciju nisu njene prirodne i kulturne ljepote i znamenitosti, već su to wellness, zdravlje, kongresi te sport i rekreacija.

Tipovi turista koji dolaze u Sveti Martin na Muri su većinom obitelji s djecom, parovi, poslovni ljudi te umirovljenici. Obitelji s djecom najčešće ostvaruju jedno do dva noćenja iz razloga što dolaze radi izleta ili boravka u Lifenclass Termama Sveti Martin.

Motivi za dolazak turista parova su većinom wellness te sport i rekreacija. Uglavnom dolaze preko vikenda i u prosjeku ostvaruju od 2 do 4 noćenja. Vrlo je bitno za napomenuti da glavninu svojih turističkih potreba mogu zadovoljiti u samom resostu Lifenclass Terma. Također slična je situacija i s poslovnim ljudima i umirovljenicima. Kongresi, seminari i team building su najčešći razlog dolaska poslovnih ljudi u Sveti Martin na Muri, dok su umirovljenicima glavni motivi wellness, relaksacija i zdravlje.

Iz gore navednoga možemo zaključiti kako su Lifenclass Terme Sveti Martin istinski pokretač turizma u Međimurskoj županiji te ujedno i glavni motiv dolaska turista. Usluge koje Terme pružaju zadovoljavaju upravo one potrebe turista koje ih motiviraju na dolazak u Sveti Martin na Muri.

3.6. Analiza turističkog prometa i smještajnih kapaciteta destinacije (2009.-2018.)

Tijekom razdoblja od 2009. do 2018. godine broj noćenja je konstantno varirao, pogotovo u razdoblju od 2009. godine do 2011. godine. Nakon ovog razdoblja Sveti Martin na Muri počinje ostvarivati stalan rast u broju noćenja te ostvaruje veći broj noćenja od svih ostalih općina u županiji. U promatranom razdoblju od 2009. godine do 2016. godine prevladavaju domaći turisti, no u 2017. godini više noćenja počinju ostvarivati strani turisti. U 2016. godini općina je po prvi put zabilježila više od 100.000 noćenja, a u 2018. godini bila je treća u kontinentalnom dijelu Republike Hrvatske po broju noćenja odmah iza Zagreba koji je ostvario 2,5 milijuna noćenja i Rakovice s 301.000 tisućom noćenja.

²⁶ Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O. i suradnici (2011) Turizam: Ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb

Tablica 1. Broj turističkih noćenja u Općini Sveti Martin na Muri (2009.-2018.)

GODINA	NOĆENJA	DOMAĆI (u %)	STRANI (u %)
2009.	47 382	90,3	9,7
2010.	50 046	85,1	14,9
2011.	48 774	77,6	22,4
2012.	61 847	72,4	27,6
2013.	68 064	68,7	31,3
2014.	77 299	60,3	39,7
2015.	89 306	54,9	45,1
2016.	108 396	53,6	46,4
2017.	117 053	48,2	51,8
2018.	142 509	45,9	54,1

Izvor: Državni zavod za statistiku

U Tablici 2. su prikazani turistički dolasci u Općini Sveti Martin na Muri u razdoblju od 2009. godine do 2018. godine. Iz tablice se može iščitati kako domaći turisti dominiraju u postotku turističkih dolazaka, no iz godine u godinu se povećava postotak inozemnih dolazaka. Najviše stranih gostiju dolazi iz Slovenije, Austrije, Poljske i Njemačke. Među stranim dolascima prednjače Slovenci djelomično iz razloga što Terme LifeClass Sveti Martin imaju sklopljen ugovor s slovenskim turističkim agencijama koje organiziraju grupne posjete Termama.²⁷

²⁷ Turistička zajednica Međimurske županije, Program rada s financijskim planom turističke zajednice Međimurske županije za 2018 godinu.- dostupno na:
<https://www.visitmedimurje.com/media/Program%20rada%20TZM%C5%BD%20za%202018.%20godinu.pdf>

Tablica 2. Broj turističkih dolazaka u Općinu Sveti Martin na Muri (2009.-2018)

GODINA	UKUPNO	DOMAĆI (u %)	STRANI (u %)
2009.	20 561	89,2	10,8
2010.	23 125	86,6	13,4
2011.	23 097	79,9	20,1
2012.	26 527	79,4	20,6
2013.	29 693	78,7	21,3
2014.	32 321	68,4	31,6
2015.	37 833	61,1	38,9
2016.	28 622	59,8	40,2
2017.	47 395	56,2	43,8
2018.	54 373	55,9	44,1

Izvor: Turistička zajednica Međimurske županije

U Tablici 3. prikazan je ukupan broj ležajeva kroz razdoblje promatranja, zajedno s postocima zastupljenosti smještajnih objekata u ukupnom broju ležajeva u općine Sveti Martin. Primjećuje se postepeno povećavanje broja ležajeva tokom godina, koji je djelomično uzrokovan gradnjom Spa Golf hotela u Termama Sveti Martin i povećanjem broja apartmana i soba za iznajmljivanje. Razlog povećanja broja apartmana, soba za iznajmljivanje te kuća za odmor je sve veća popularnost LifeClass Termi Sveti Martin.

U 2018. godini u općini Sveti Martin na Muri djelovala su 2 restorana, 1 kavana i više objekata koji su usmjereni na usluživanje pića.

Iz tablice se može zaključiti kako najviše ležajeva imaju hoteli i apartmani te zatim pansioni. Također je vrlo bitno za spomenuti kako općina Sveti Martin na Muri zadnjih 3 godine ostvaruje preko 75 % noćenja u cijeloj županiji te ima prosječnu popunjenost ležajeva 67 %, najviše od svih općina u Međimurju .²⁸

²⁸ Državni zavod za statistiku - <https://www.dzs.hr/>

Tablica 3. Struktura ukupnih ležajeva po vrstama smještajnih objekata u razdoblju 2009.-2018. godine

GODINA	UKUPNI LEŽAJEVI	HOTELI (u %)	APARTMANI, KUĆE ZA ODMOR (u %)	SOBE,
2009.	534	71,3	28,7	
2010.	654	58,2	41,8	
2011.	630	60,4	39,6	
2012.	654	48	52	
2013.	654	58,2	41,8	
2014.	607	51,7	48,3	
2015.	626	50,1	48,9	
2016.	751	41,8	58,2	
2017.	754	41,6	58,4	
2018.	757	41,5	58,5	

Izvor: Turistička zajednica Međimurske županije

3.7 SWOT analiza turističke ponude destinacije

Metoda SWOT (engl. strengths, weaknesses, opportunities, threats ili na hrvatskom: snage, slabosti, prilike, prijetnje) je zapravo analiza okruženja i okolina a podrazumijeva istraživanje svih važnijih elemenata unutarnjeg i vanjskog okruženja kako bi identificirala strateške čimbenike koji će utjecati na budućnost objekta proučavanja.²⁹

²⁹ SWOT i strateški menadžment – EFZG., dostupno na:
http://www.efzg.unizg.hr/UserDocsImages/OIM/dhruska/SWOT_analiza.pdf

Tablica 4. SWOT analiza turističke ponude općine Sveti Martin na Muri

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> - termalna voda - Lifeclass Terme Sveti Martin i njihova wellness te zdravstvena ponuda - eno gastronomska ponuda, vinska cesta - tradicija - biciklističke staze – cikloturizam - položaj općine - nezagađena priroda i poseban krajolik - organski i prirodno uzgojena hrana OPG-ova - Regionalni park Mura-Drava - rastući broj noćenja - nesezonalnost 	<ul style="list-style-type: none"> - slaba prometna povezanost - nedostatak auto kampa i drugih adekvatnih smještajnih kapaciteta - destinacija relativno slabo prepoznata na stranom tržištu - nedostatak sadržaja, atrakcija - nedostatak profesionalne radne snage u turizmu
PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> - biti jedna od vodećih destinacija zdravstvenog i wellness turizma - biti vodeća destinacija u području cikloturizma - još više povezati lokalne poljoprivrednike te izvoziti organski uzgojenu hranu - bolje valorizirati prirodne i kulturne atrakcije - postati centar medicinskog turizma kontinentalnog dijela Hrvatske - dodatan razvoj golf i sportskog turizma - postati destinacija poznata po održivom razvoju 	<ul style="list-style-type: none"> - velika konkurencija iz Austrije, Njemačke, Švicarske te Slovenije - nemogućnost pronalaska profesionalne domaće radne snage u turizmu - porast cjenovne konkurencije na konkurentnim tržištima - neostvarena veća prepoznatljivost na inozemnim tržištima

Sveti Martin na Muri kao destinacija posjeduje razne pogodnosti za daljnji razvoj turizma i gospodarstva. Veoma je dobro pozicionirana, uz samu granicu sa Slovenijom i Mađarskom te nije puno udaljena od još jednog velikog emitivnog tržišta, Austrije. U općini Sveti Martin na Muri nalazi se izvor termalne vode koji je poslužio kao osnova razvoja Lifeclass Terma Sveti Martin. Same Terme su ujedno i pokretač turizma u Međimurju, generiraju najviše turističkog prometa u cijeloj županiji te objedinjuju lokalne OPG-ove koji im prodaju svoje organski uzgojene namirnice. No, Sveti Martin na Muri se nalazi u regiji koja je također poznato po svojim tradicijskim jelima i vrhunskim vinima.

Također posjeduje bogatu tradiciju, pogotovo što se tiče starih zanata kao što su pletač, šibar, lončar te ispirać zlata. Uz poseban krajolik i očuvanu prirodu nalazi se mnoštvo biciklističkih staza koje se prtežu kroz cijelu županiju te svake godine privlače sve više cikloturista.

Uz sve pozitivne strane destinacije prepoznate su i slabosti. Jedna od najvećih negativnih strana je slaba prometna povezanost destinacije te loša kvaliteta prometnica. Također, destinaciji nedostaje auto kamp za turiste koji putuju iz udaljenih zemalja te drugi primjereni smještajni kapaciteti.

Nažalost, Sveti Martin na Muri još uvijek nije prepoznat kao turistička destinacija na inozemnom tržištu, većinom zbog nedovoljne promocije. Osim toga, destinaciji nedostaje turističkog sadržaja i atrakcija, pogotovo za mlade. Jedna veoma bitna negativna stavka je nedostatak lokalne profesionalne radne snage u turizmu, stoga turistički subjekti su primorani uvoziti radnu snagu.

Uzevši uz obzir snage i nedostatke destinacije, Sveti Martin na Muri još uvijek ima prostora za rast i napredak. Pogotovo kad je u pitanju zdravstveni turizam za koje imaju već postojeće predispozicije kao što su Terme Sveti Martin i poliklinika Lumbalis. Također, postoji potencijal za otvaranje ustanove u blizini Terma Sveti Martin koja bi se bavila medicinskim turizmom. Prilika za rast se također očituje i u cikloturizmu, točnije na povećanju biciklističkih staza jer postoje još neiskorišteni putevi i ceste koji bi se mogli nadograditi s biciklističkim stazama. Također je potrebno osmisliti kako bi se bolje valorizirale i ispromovirale postojeće društvene i prirodne atrakcije.

Što većim podržavanjem lokalnih OPG-ova koji proizvode prirodnu i organsku hranu i poduzimanjem odgovarajućih principa održivog razvoja u turizmu i gospodarstvu Sveti Martin na Muri bi se također mogao još više pozicionirati na tržištu kao destinacija održivog turizma. Uz sve navedeno također postoje odgovarajuće površine i prostori koji bi bili adekvatni za nastanak golf resorta. Izgradnjom takvih kapaciteta privukao bi se potpuno drugačiji segment turista u destinaciju.

Jedna od očitijih prijetnja razvoju destinacije je velika konkurencija koja dolazi sa stranih tržišta kao što su Švicarska, Njemačka, Slovenija i Austrija. Sve te zemlje imaju veliku koncentraciju toplica i drugih kapaciteta povezanih s zdravstvenim turizmom. Što se tiče konkurencije vrlo je bitno za napomenuti da se u krugu od samo 150 kilometara oko Općine nalazi preko 30 toplica te s obzirom na broj smještajnih kapaciteta, broj atrakcija, razvijenost turističke infrastrukture i popratnih sadržaja te pogotovo visinu sredstava za marketinške sadržaje Sveti Martin na Muri se ne može uspoređivati s tim konkurentnim regijama (Štajerska, Prekomurje itd.).

Također, do izražaja sve više dolazi nadmetanje u elementu cijena između konkurentnih destinacija putem raznih kanala kolektivne prodaje kao što je Crno Jaje, Ponuda dana i slično. Takvo nadmetanje nikako ne odgovara Svetom Martinu na Muri kao destinaciji koja želi izgraditi image kao destinacija kvalitete.

Još jedan uobičajeni problem u Hrvatskoj te također u Svetom Martinu na Muri je nemogućnost pronalaska domaće kvalificirane radne snage u turizmu, stoga se ta ista radna snaga uvozi iz drugih zemalja te destinacija počne gubiti na autentičnosti i na kvaliteti. Moguća je stagnacija ili čak i pad broja stranih turista ako se ne počne više ulagati u promociju destinacije, njenih atrakcija i ponude.

4. ODRŽIVI RAZVOJ TURIZMA NA TEMELJU POSLOVANJA TERMI SVETI MARTIN

4.1. Povijest razvoja turističke ponude Termi i šireg okruženja

Početak 20. stoljeća na prostorima Međimurja provodila su se istraživanja i potraga za naftom. Potragu je organizirala englesko-mađarska tvrtka koja je umjesto nafte naišla na termalnu vodu. Pronalazak ljevakovite termalne vode spominje se 1911. godine, a prvi bazen je izgrađen tek 25 godina kasnije. Prvi bazen je sagrađen uz pomoć lokalnog stanovništva, također dimenzije su mu bile 3 x 4 metra i izrađen je od drveta.

Nedugo nakon izgradnje prvog bazena uslijedila je izgradnja natkrivenog bazena te sedam kupki namjenjenih za namakanje u termalnoj vodi. Za ondašnje stanovništvo to je bio najbolji način opuštanja i zabave. No, lokalno stanovništvo nije dolazilo samo zbog zabave i kupanja, nego i zbog zdravstvenih učinaka termalne vode koja se i danas crpi na 600 metara dubine. Temperatura vode iznosi 34⁰ stupnjeva Celzijevih, a u njoj se nalaze otopljeni minerali i poneki elementi iz zemljine unutrašnjosti. Termalnu vodu sačinjavaju litij koji je djelotvoran u borbi protiv strasa i depresije, jod koji pozitivno djeluje na rad štitnjače, čisti krvni sustav te značajno poboljšava mentalne funkcije, stroncij koji pospješuje gustoću i izgradnju kostiju te kalij koji uravnotežuje srce te stimulira detoksikaciju.

Do 2003. godine toplice su nosile ime Toplice Vučkovec, no nakon 2003. poprimaju naziv Toplice Sveti Martin te se kreće s izgradnjom apartmana pa onda Hotela Golf&Spa i ostalih sadržaja. Danas su se toplice razvile u resort koji objedinjuje zdrav život, rekreaciju i lokalnu gastronomiju.³⁰

Turistička ponuda se razvijala usporedno s Termama Sveti Martin, Njihovim razvojem razvijala se turistička ponuda Međimurske županije i općine Sveti Martin na Muri. Kroz godine Turistička zajednica Međimurja počela je više pažnje pridavati ostvarivanju potencijala postojećih društvenih i prirodnih atrakcija, te stvaranju novog atraktivnog sadržaja i atrakcija.

Slika 2. Lifeclass Terme Sveti Martin



Izvor: <https://www.mnovine.hr/medimurje/drustvo/tjedan-biodinamike-u-lifeclass-termama-sveti-martin/>

³⁰ Lifeclass Terme Sveti Martin – Povijest resorta. – dostupno na: <https://www.termesvetimartin.com/hr/otomana/povijest-resorta>

4.2. Organizacija poslovanja i smještajni kapaciteti

Lifeclass Terme Sveti Martin su smještene u sjevernom dijelu Međimurske županije u općini Sveti Martin na Muri. Sastoji se od resorta u kojem se nalazi Spa&Golfer hotel, Martilandia, Poliklinika Lumbalis, wellness centar, termalni bazeni, teretana i apartmani Regina. Hotel Spa&Golfer kategoriziran je sa 4 zvijezdice isto kao i apartmani Regina.

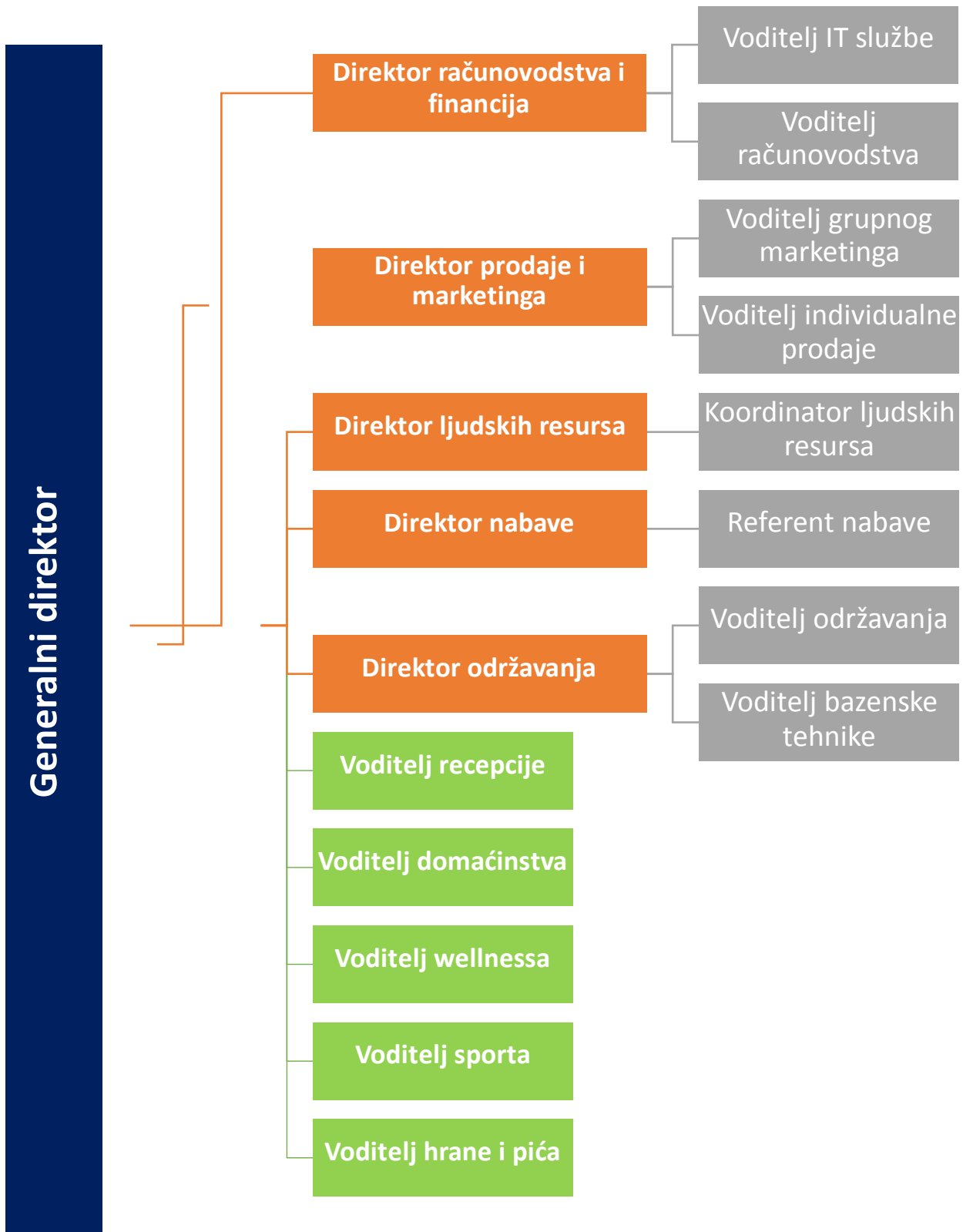
Hotel Spa&Golfer u ponudi ima 151 moderno opremljenu sobu te 6 luksuznih suite-ova. Također u resortu se nalazi čak 7 restorana s raznolikom ponudom. Restoran Vučkovec je tradicionalan restoran koji nudi autohtona jela u tradicijskom starinskom ambijentu, zatim restoran La Batat je jedini a la carte restoran koji nudi zdrave, domaće i lokalne specijalitete te buffet restoran Mira koji u ponudi ima zdravi doručak te razne vrste jela za večeru. Pub Potkova je orijentiran na jela s roštilja, pizze te na veliku ponudu pića. U samom hotelu nalaze se ION i Lounge bar koji u ponudi imaju ioniziranu vodu, zdrave grickalice. Uz unutarnje bazene nalazi se i fast food restoran Pool Lounge te još jedan bar u aquaparku koji je otvoren samo ljeti, a bazira se samo na ponudi pića.

Uz to u resortu se nalazi Beauty centar sa širokom ponudom masaža i drugih tretmana, Svijet sauni s 5 vrsta sauna i slanim sobama. Neizostavan objekt u resortu je zasigurno Hram života koji je posebno dizajniran po filozofiji doktora Rudolfa Steinera. U njemu se nalaze unutarnji i vanjski bazeni s termalnom vodom te više jacuzzija. Nedavno obnovljeni aquapark Martilandia je također u ponudi sa svojim bazenima i novim toboganima te zabavnim sadržajem.

Gosti na raspolaganju također imaju i fitness centar, teretanu, tenis igrališta, trim stazu, školu golfa, nogometno i košarkaško igralište te mogu iznajmiti bicikle na recepciji ili u hotelskom dućanu. Resort također sadrži i kongresni centar za do 500 osoba te nudi i usluge ureda za van (printanje, kopiranje, skeniranje).³¹

³¹ Lifeclass Terme Sveti Martin – Smještaj.- dostupno na: <https://www.termesvetimartin.com/hr/smjestaj>

Grafički prikaz 1: Organizacijska struktura Lifeclass Termi Sveti Martin



Izvor: direktorica ljudskih resursa Lifeclass Termi Sveti Martin Jelana Berečić

Na grafikonu je prikazana organizacijska struktura Lifeclass Termi Sveti Martin te je vidljivo kako je generalni direktor ujedno i direktor svih operativnih odjela u hotelu te svi voditelji operativnih odjela odgovara direktno njemu. Drugi odjeli imaju svoje voditelje koji odgovaraju direktoru odjela te taj direktor odjela odgovara generalnom direktoru. Ovakva

vrsta organizacije pospješuje komunikaciju između odjela što rezultira efikasnijim i bržim rješavanjem tekućih problema te pospješuje stvaranje novih ideja bitnih za napredak hotela i provođenje vizije i misije.

4.3. Elementi održivosti u poslovanju

Sa primjenjivanjem elemenata održivog razvoja u poslovanju LifeClass Terme Sveti Martin počinju od 2010. godine kada su započeli s realizacijom raznih projekata orjentiranih na povećanje energetske učinkovitosti i smanjenje štetnog utjecaja na okoliš. U provođenje održivog razvoja u poslovanju uključeni su svi odjeli u resortu, odjel hrane i pića, odjel nabave, odjel marketinga i prodaje, uprava, odjel recepcije itd.

Terme su također postavile odrednice za provođenje politike održivog razvoja:

- Zapošljavati i educirati lokalno stanovništvo;
- Kontinuirano unapređivati energetska učinkovitost tvrtke;
- Koristiti samo prirodna sredstva u održavanju zelenih površina;
- Kontinuirano smanjivati količine neselektivnog otpada;
- Koristiti čim više materijala koji se mogu reciklirati;
- Maksimizirati korištenje lokalno uzgojenih namirnica u pripremi hrane;
- Povećati suradnju s lokalnim dobavljačima hrane i pića;
- Biti maksimalno involviran u razvoj lokalne zajednice kao turističke destinacije;
- Maksimalno uključivati lokalnu zajednicu u razvoj Resorta;
- Educirati osoblje i goste.

4.3.1. Održivo poslovanje u kontekstu lokalnog i regionalnog gospodarstva.

LifeClass Terme Sveti Martin su najveće turističko poduzeće u županiji te zapošljavaju najveći broj radnika (preko 170) te skoro svi dolaze sa područja Međimurske županije. No, osim što Terme zapošljavaju velik broj lokalnog stanovništva pokrenuli su i projekt "S lokalnog vrta na globalni stol" u kojemu su objedinili lokalne OPG-ove. Na taj način su u poslovanje uključili lokalnu zajednicu, povećali proizvodnju te ujedno i unaprijedili svoju gastronomsku ponudu.

Ciljevi ovog projekta su bili osigurati kvalitetnije namirnice za pripremu hrane, kvalitetnijom hranom zadiviti gosta, podržati i povećati proizvodnju na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima u Međimurju, gostu ponuditi lokalne namirnice koje su uzgajane u samoj blizini resorta, podržati lokalnu zajednicu kroz garantirani otkup namirnica, ostvariti zadatak da namirnica za manje od 24 sata dođe iz vrta na stol gosta te promovirati svoje poslovne partnere. Rezultati projekta se očituju u osiguravanju dugoročnog i kvalitetnog sustava nabave, edukaciji lokalnih proizvođača o proizvodnji te u ostvarenoj suradnji s više od 20 lokalnih proizvođača. Neki od tih suradnika su Svjetlana Kovačić, Ivan Buzić, Verica Rob, Zdravko Šafarić, Zeleni Vrt, Božo Kos, Kanan, Nevenka i Alan, Antun Orehovec, Ivan Premuš, Nikola Vurušić i mnogi drugi. Od namirnica se nabavljaju voće i povrće, ali i prirodni sokovi, džemovi vina i slično. Na primjer neki od proizvoda koji se dostavljaju Termama su: kupinovo vino, vino aronije, med, začinsko bilje, aronija, sok od aronije i jabuke, sok od jabuke te čips od jabuke, ribizl, kupine, maline, breskve, šljive, tikvice, krumpiri, luk, mrkve, batat, vrganji, šparoge i mnogi drugi.

Još jedan "proizvod" koji je nastao iz ovog projekta je "Mali međimurski plac" gdje su lokalni proizvođači uključeni u direktnu komunikaciju s potrošačima, točnije gostima te tako prezentiraju vlastite proizvode i usluge. Iz tog događaja nastale su "Međimurske večeri" koje se svakog petka održavaju u prostorijama Lifeclass Termi Sveti Martin gdje lokalni proizvođači i gospodarstvenici izlažu svoje proizvode te ostvaruju direktan kontakt s gostima i prenose im lokalnu kulturu, tradiciju i gastronomiju Međimurja. Također, svakih mjesec dana u prostorijama Hotela Spa&Golfer održava se izložba umjetnika s područja Međimurja. Svaka izložba traje mjesec dana zatim se sve raspreda te dolazi red na drugog umjetnika i njegove umjetnine. Isto tako u restoranima Mira, Vučkovec i Le Batat postoje plakati od partnera i dobavljača. Također, Terme na svojim službenim stranicama ili Facebook stranici znaju ispromovirati pojedine lokalne dobavljače.

Najveće postignuće se očituje u povećanju nabave namirnica od lokalnih dobavljača koja sad iznosi preko 60 od ukupne nabave namirnica. Osim što Terme potiču lokalno gospodarstvo u ovom obliku također potiču i izgradnju smještajnih kapaciteta (apartmani, sobe za iznajmljivanje i slično) na području Međimurja. Još je vrlo bitno za spomenuti da ugostiteljskim, turističkim školama i fakultetima omogućavaju odrađivanje stručne prakse u njihovom resortu te je također nedavno organizirana radionica o ugostiteljstvu i poslovanju Termi za osnovnoškolce kako bi ih se potaknulo na odlazak u strukovne ugostiteljske škole.

4.3.2. Primjena ekoloških načela održivog razvoja u poslovanju

Politika i vizija poslovanja Lifeclass Termi Sveti Martin temelji se na održivom i zelenom načinu poslovanja. Terme su počele primjenjivati strategiju održivog razvoja već 2010. godine dolaskom Lifeclass kompanije. Postepeno se razvijala nova vizija pod imenom "Svijet zdravih užitaka" koja nije bila orjentirana samo na goste nego i na okoliš i zaposlenike.

Naime, iz spomenute vizija nastao je projekt "Zelene Terme" čiji je cilj bio osigurati zeleno poslovanje kompanije primjenjivanjem raznih certifikata i standarda. Prvobitni cilj projekta bio je smanjiti štetan utjecaj hotelske industrije na okoliš. Kako bi ostvarili svoj cilj Terme provode redovitu edukaciju gostiju i zaposlenika te se već 2010. godine počelo s realizacijom raznovrsnih projekata čija je svrha bila povećanje energetske učinkovitosti pomoću smanjenja stakleničkih plinova iz uređaja za loženje. Također su ugrađeni pročišćivači otpadnih voda, otpad se počeo odvajati te mu je tako smanjena količina, ali je istovremeno spreman za reciklažu nakon što ga sakupljač zaprimi, još je iz bazenske vode izbačena sumporna kiselina pomoću primjene ugljikovog dioksida koji izravnavava pH vrijednost vode. U sklopu navedenog projekta postavljena je i električna punionica za automobile koja je potpuno besplatna za korištenje.

U provođenju ovog projekta i same vizije "Svijet zdravih užitaka" sudjeluju svi odjeli u hotelu te su njihovim naporima i trudom ostvareni sljedeći rezultati:

- Certifikat ISO 50001:2011 – Terme su dobili navedeni certifikat koji daje organizacijama u privatnom i javnom sektoru strategije upravljanja kako bi se povećala energetska djelotvornost, smanjili troškovi i poboljšale energetske performanse. Norma ISO 50001 pomaže navedenim organizacijama u boljoj uporabi proizvodnih procesa i drugih sredstava u poslovanju koja troše energiju, olakšava potrebna poboljšanja kod upravljanja energijom u projektima u kojima je cilj smanjiti emisiju stakleničkih plinova.
- "ZelEn"- Terme Sveti Martin su prve terme koje su uvele oznaku ZelEn kroz suradnju s HEP-om. Riječ je o električnoj energiji koja se dobiva iz obnovljivih izvora energije, preciznije iz 26 HEP-ovih hidroelektrana. Oznaka ZelEn pruža garancija da struja koju gosti koriste dolazi iz obnovljivih izvora energije.
 - Sustainable Hotel Certificate by UPUHH – termama je dodjeljen navedeni certifikat koji se inače dodjeljuje u tri kategorije: Basic, Advanced i Superior. Terme su u kategoriji Advanced u kojoj su se te godine našla još pet novih hotela. Kriteriji za dobivanje ovog certifikata su podjeljeni u 9 skupina: za upravljanje održivošću, nabavu, prodaju, marketing i PR, okoliš, energetska učinkovitost, ljudske potencijale i tehničku službu.

Terme su također vlasnik Certifikata sustava upravljanja kvalitetom, okolišem, energijom i informacijskom sigurnosti. "Zelenim poslovanjem" LifeClass Terme Sveti Martin uvelike su reducirale negativne utjecaje na okoliš koji su uzrokovani radom njihovog hotela i cijelokupnog resorta. Samim time pozicionirali su se na tržištu kao Terme koje promoviraju zaštitu prirode i doprinose smanjenju štetnih utjecaja na okoliš.³²

³² LifeClass Terme Sveti Martin – Zeleno poslovanje.- dostupno na: <https://www.termesvetimartin.com/hr/otopina/zeleno-poslovanje>

4.3.3 Društvena odgovornost poslovanja

Društvena odgovornost poslovanja očituje se u načinu proizvodnje i pružanju usluga, odnosu s lokalnom zajednicom, politici zapošljavanja, utjecaju na okoliš te u poslovnoj politici i viziji organizacije. Organizacija ili kompanija dobrovoljno prilagođava svoj koncept poslovanja kako bi zadovoljili potrebe društva te šire i lokalne zajednice.

Društveno odgovorno poslovanje Lifeclass Termi Sveti Martin očituje se u njenom pristupu i odnosu s zaposlenicima. Naime, politika Termi je zaposliti što više lokalnih stanovnika te tako podići razinu zaposlenosti u županiji i doprinjeti dobrobiti lokalne zajednice. U Termama zaposlenici imaju na raspolaganju najmoderniju infrastrukturu za rad, mogućnost besplatnog korištenja teretane i bazena, topli obrok te se zaposlenicima koji imaju OPG omogućuje i dodatna suradnja i dodatna zarada. Osim navedenoga zaposlenici prolaze kroz kontinuirane edukacije vezane za njihova radna mjesta i odgovornosti. Također, pošto su Terme Sveti Martin dio Lifeclass organizacije, njihovi zaposlenici će obići druge objekte u Lifeclass grupaciji kako bi usavršili svoje postojeće znanje.

Osim navedenog, Lifeclass Terme Sveti Martin primjenjuju politiku društveno odgovornog poslovanja i na drugi način, tako što se svojim gostima trude omogućiti potpuno organski uzgojenu lokalnu hranu. Te prirodno i lokalno uzgojene namirnice nabavljaju od obližnjih obiteljskih gospodarstava koji garantiraju kvalitetu i pravilan uzgoj hrane bez pesticida i neprirodnih supstanci.

Naime, kako je već spomenuto, Terme izrazitu važnost pridaju brizi o okolišu, stoga se trude koristiti što više materijala koji se kasnije mogu lako reciklirati, nastoje koristiti samo prirodna sredstva prilikom održavanja zelenih površina te kontinuirano unaprjeđuju energetske učinkovitost tvrtke.

Lokalnoj zajednici pomažu i na način da podupiru lokalne manifestacije, pomažu u organizaciji i provedbi istih, promoviraju cijelu Međimursku županiju kao turističku regiju te pružaju potporu kod otvaranja privatnih smještaja u blizini resorta. Nerijetko s privatnim iznajmljivačima sklapaju ugovore o zajedničkoj suradnji.³³

4.4 Ograničenja budućeg razvoja i mogući utjecaji na održivost poslovanja.

Jedan od faktora koji utječe na ograničenje razvoja Međimurja kao regije i samih Lifeclass Termi Sveti Martin je zasigurno prometna povezanost. Naime, Sveti Martin na Muri slabo je prometno povezan s većim gradovima Međimurske županije i ostalim gradovima u

³³ Herman D.(2017), Važnost odnosa s javnostima i društveno odgovornog poslovanja u turističkom sektoru na primjeru LifeClass Termi Sveti Martin, diplomski rad, Sveučilišni centar Varaždin Odjel za ekonomiju.

Hrvatskoj. Ne postoji organizirani javni prijevoz autobusom koji će prolaziti u blizini resorta za goste koji ne posjeduju osobni automobil te u Međimurskoj županiji postoji samo jedan aktivni autobusni prijevoznik Darojković d.o.o.. Ceste koje vode do Resorta imaju slabu signalizaciju i gotovo da i nema popratnih sadržaja. Također u općinu Sveti Martin na Muri nije moguće doći željeznicom već samo cestovnim putem. Slaba prometna infrastruktura županije djelomično utječe na razvoj Međimurja kao turističke regije.

Drugi faktor koji znatno utječe na razvoj destinacije je manjak kvalitetnih smještajnih objekata. Naime, osim Termi Sveti Martin, u Međimurju ne postoji smještajni objekt iste ili više kvalitete. Postoji velika potreba za boljim gradskim hotelom u Čakovcu koji je središte cijele županije. Također, ne postoji niti autokamp blizu graničnog prijelaza za turiste koji putuju iz udaljenih zemalja. Usprkos ljepoti očuvane prirode Međimurske županije i prostoru koji ima na raspolaganju nažalost ne postoji kamp. Većina privatnih smještaja nalazi se u blizini Termi Sveti Martin, no više od polovice ponuđenog smještaja ne zadovoljava kvalitetom a ostatak privatnih smještaja je slabo popunjen zbog nedostatka atrakcija i turističkih sadržaja.

Nedostatak kvalificirane radne snage u turizmu može u budućnosti znatno utjecati na daljnji razvoj Međimurja i Termi Sveti Martin. Međimurska županija je pri dnu ljestvice po visini plaća u Hrvatskoj, stoga većina lokalne kvalificirane radne snage odlazi u druge županije i susjedne zemlje u potrazi za boljim uvjetima i većim primanjima. Iz tog razloga subjekti u turizmu su primorani zapošljavati nekvalitetnu i needuciranu radnu snagu iz drugih područja i zemalja. Takva situacija snižavanja kvalitete pružanja usluga znatno može smanjiti posjećenost i turistički promet u budućnosti.

Zbog nedostatka turističkih sadržaja i dobre promocije destinacije nedostaju investicije za proširenje turističke ponude. Naime, situaciju dodatno otežava i birokracija tokom procesa investiranja u razne projekte.

Održivost poslovanja Termi znatno ovisi o lokalnim obiteljskim gospodarstvima koja proizvode organsku hranu. Naime zbog sve veće migracije ljudi iz Međimurske županije zbog premalih osobnih dohodaka moguće je da se broj lokalnih proizvođača počne postepeno smanjivati te tako počne utjecati na održivost poslovanja Termi.

Također može doći do povećanja konkurencije koja će na ponuditi veći i bolji Aquapark i bazene, veće golf terene i moderniji wellness centar za nižu cijenu. Nastankom takve situacije moguć je pad prihoda što bi moglo uzrokovati rezanje troškova za financiranje malih lokalnih OPG-ova, međimurskih umjetnika i njihovih izložbi te lokalnih manifestacija.

5. Zaključak

Cilj ovog rada bio je prikazati i objasniti održivo poslovanje u turizmu na primjeru Lifeclass Termi Sveti Martin. Također je objašnjen sam pojam održivog razvoja u turizmu, opisana je općina Sveti Martin na Muri te je prikazan oblik poslovanja Termi Sveti Martin.

Iz navedenog moguće je zaključiti da su Terme uistinu pokretač turizma u Međimurskoj županiji, njihovim djelovanjem su ujedinili lokalna obiteljska gospodarstva, trenutno zapošljavaju preko 170 zaposlenika od kojih je 90 iz Međimurja, najveći su i najuspješniji turistički projekt te ostvaruju najviše prihoda u županiji. Promoviraju lokalnu kulturu te lokalnu gastronomiju tako što podupiru razne manifestacije, organiziraju besplatne izložbe domaćih umjetnika u svom hotelu te nude specifična lokalne specijalitete pripravljene od prirodno uzgojenih namirnica. Osim toga, vodi se briga o stanju i zadovoljstvu njihovih zaposlenika te ih se nastoji konstantno educirati. Još jedna potvrda održivog poslovanja Lifeclass Termi Sveti Martin su dobiveni certifikati za zaštitu okoliša "Sustainable Hotel Certificate by UPUHH", "ZeLEn", "Certifikat ISO 50001". Ovakav razvoj turizma uvelike pogoduje lokalnoj zajednici jer je zagađenje okoliša drastično smanjeno, Terme također pomažu plasirati proizvode lokalnih proizvođača na tržište te cijelokupna zajednica ostvaruje korist njihovim poslovanjem. Ovakav način poslovanja Lifeclass Termama Sveti Martin je zasluženom omogućio da na tržištu imaju imidž kao kompanija čija vizija počiva na održivom razvoju i društveno odgovornom poslovanju.

Kako bi se Terme dalje razvijale bitno je nasataviti zajedničku promociju Termi i Svetog Martina na Muri kao destinacije, zato što će poboljšanje imidža destinacije ili Termi pozitivno utjecati jedno na drugo. Također je bitno nastaviti dobru suradnju s lokalnim stanovništvom i samoupravom kako bi se ostvario zatvoreni krug raspodjele dobara i prihoda. U svrhu daljnjeg razvoja Termi i Općine od velike važnosti je poboljšati i povećati marketinške aktivnosti kako bi što više ljudi saznalo za ovu izvanrednu priču te bi tako ostvarili više turističkih noćenja i dolazaka u najsjevernijoj općini Hrvatske.

LITERATURA

KNJIGE, RADOVI

1. Herceg N. (2013) Okoliš i održivi razvoj, Synopsis, Zagreb
2. Črnjar, M. (2002), Ekonomika i politika zaštite okoliša, Ekonomski fakultet Rijeka
3. Črnjar, M., Črnjar, K. (2009), Menadžment održivog razvoja: Ekonomija, ekologija, zaštita okoliša, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija
4. Bilen, M. (2008), Turizam i okoliš, Mikorad, Zagreb
5. Franjić, J. (2018), Održivi razvoj turizma otoka Cresa, završni rad, Veleučilište u Karlovcu
6. World Tourism Organization, (2016) UNWTO Annual Report, Madrid
7. Čanadi, V., Trstenjak, M., Blajić, B. (2017), Simbioza društvene odgovornosti poduzeća i lokalne zajednice, Obrazovanje za poduzetništvo, Vol. 7 No. 1, str. 179-191
8. Bartoluci, M., (2013) Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva, Zagreb, Školska knjiga
9. Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O. i suradnici (2011) Turizam: Ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb
10. Herman D. (2017), Važnost odnosa s javnostima i društveno odgovornog poslovanja u turističkom sektoru na primjeru LifeClass Termi Sveti Martin, diplomski rad, Sveučilišni centar Varaždin Odjel za ekonomiju.

INTERNET

1. UNWTO Ethics and Social Responsibility, Global Code of Ethics for Tourism- Article 1,
2. Društveno odgovorno poslovanje u Hrvatskoj, Održivi razvoj, dostupno na: <http://www.dop.hr/?p=700>, (17. svibnja 2018.)

3. World Tourism Organization, UNWTO Annual Report, 2015, Madrid, 2016
4. UNWTO: Tourism Market Trends - World Overview and Tourism Topics, Edition 2003., Madrid, 2003., str.
5. Održivi turizam u deset koraka - <http://www.odraz.hr/media/152864/odrzivi-turizam-u-deset-koraka-small-file-size.pdf>
6. GSTC, 2014., dostupno na: https://www.gstcouncil.org/wp-content/uploads/2013/11/Dest-_CRITERIA_and_INDICATORS_6-9-14.pdf, 15.07.2018
7. Udruga poslodavaca u hoteljerstvu Hrvatske- Projekt Zeleno poslovanje u hoteljerstvu, dostupno na GSTC, 2014., dostupno na: <https://www.gstcouncil.org/wp-content/uploads/2013/11/Dest->
8. Međimurska županija - <https://medjimurska-zupanija.hr/>
9. Međimurje.info- Osnovni podatci - dostupno na <https://medimurje.info/wp/osnovni-podaci/>
10. Državni zavod za statistiku - <https://www.dzs.hr/>
11. Institut za turizam – dostupno na http://www.iztg.hr/hr/publikacije/turizam/najnoviji_broj/?clanakId=544&brojId=38
12. Visit Međimurje- Prirodna baština – dostupno na: https://www.visitmedimurje.com/atrakcije_aktivnosti-vise.asp?id=39&m=2&mm=06&kt=Priroda#.XUxl7OgzaUk
13. Visit Međimurje – Kulturno-povjesna baština. – dostupno na: http://visitmedimurje.com/atrakcije_aktivnosti-vise.asp?id=42&m=2&mm=07&kt=Kultura%20i%20povijest#.XUxprugzaUk
14. Visit Međimurje – Manifestacije. – dostupno na: <http://visitmedimurje.com/manifestacije.asp?id=43&m=2&mm=11&kt=Manifestacije#.XUxqxugzaUk>
15. Turistička zajednica Međimurske županije, Program rada s financijskim planom turističke zajednice Međimurske županije za 2018 godinu.- dostupno na: <https://www.visitmedimurje.com/media/Program%20rada%20TJM%C5%BD%20za%202018.%20godinu.pdf>

16. SWOT i strateški menadžment – EFZG., dostupno na:
http://www.efzg.unizg.hr/UserDocsImages/OIM/dhruska/SWOT_analiza.pdf
17. Lifeclass Terme Sveti Martin – Povijest resorta. – dostupno na:
<https://www.termesvetimartin.com/hr/o-nama/povijest-resorta>
18. Lifeclass Terme Sveti Martin – Smještaj.- dostupno na:
<https://www.termesvetimartin.com/hr/smjestaj>
19. Lifeclass Terme Sveti Martin – Zeleno poslovanje.- dostupno na:
<https://www.termesvetimartin.com/hr/o-nama/zeleno-poslovanje>
20. World Tourism Organization, UNWTO Annual Report, 2015, Madrid, 2016.

POPIS SLIKA

1. Regionalni park Mura-Drava..... 15
2. Lifeclass Terme Sveti Martin..... 25

POPIS TABLICA

1. Broj turističkih noćenja u Međimurskoj županiji (2009.-2018.)..... 19
2. Struktura noćenja inozemnih gostiju (2009.-2018.)..... 20
3. Struktura ukupnih ležajeva po vrstama smještajnih objekata u razdoblju
2009.-2018 godine..... 21
4. SWOT analiza turističke ponude destinacije..... 22

POPIS GRAFOVA

1. Organizacijska struktura Lifeclass Terma Sveti Martin..... 27

ŽIVOTOPIS

OSOBNNE INFORMACIJE Sever Krešimir

Pavla Sokolića 22, 10 090 Zagreb (Hrvatska)
099 200 45 81
k.sever22794@gmail.com

RADNO ISKUSTVO

16/06/2014–17/07/2014 Konobar

Atrill usluge d.o.o., Zagreb (Hrvatska)

Konobar u restoranu. Rad kao samostalni konobar, komunikacija s gostima, primanje narudžba, posluživanje hrane i pića, rad na šanku, serviranje stolova, čišćenje stolova, rad na slavljima, održavanje čistoće restorana.

01/09/2014–01/10/2014 Konobar

Hotel Sheraton Zagreb, Zagreb (Hrvatska)

Konobar u Hotelu Sheraton, Rad na velikom broju doručaka i večera, čišćenje stolova, serviranje stolova, posluživanje hrane i pića, rad u hotelskom caffè baru i restoranu, rad na svadbama, komunikacija sa velikim brojem stranih gostiju.

05/04/2015–06/07/2015 Konobar

Caffe bar Dharma, Zagreb (Hrvatska)

priprema i posluživanje toplih napitaka, alkoholnih i bezalkoholnih pića, održavanje higijene

lokala, rad na PC kasi, posluživanje sladoleda, zaprimanje robe (kava, sokovi, alkoholna pića, sladoled...), komunikacija sa gostima, čišćenje stolova, rad za šankom.

03/09/2015–20/09/2016 Konobar

Restoran Juice Box, Green Gold, Zagreb (Hrvatska)

Konobar u restoranu. Rad kao samostalni konobar, komunikacija s gostima, primanje narudžba, posluživanje hrane i pića, rad na šanku, serviranje stolova, čišćenje stolova, rad na

slavljima, održavanje čistoće restorana, naručivanje robe, briga o zalihama, datumima isteka robe...

10/11/2016–07/09/2017 Povremena ispomoć, kao konobar

Restoran Juice Box, Green Gold, Zagreb (Hrvatska)

**OBRAZOVANJE I
OSPOSOBLJAVANJE
03/09/2009–15/05/2013 Hotelijersko turistički tehničar**

Hotelijersko turistička škola, Zagreb (Hrvatska)

10/10/2016

Stručni preddiplomski studij ekonomije u Zagrebu, Zagreb (Hrvatska)

Strani jezici RAZUMIJEVANJE GOVOR PISANJE

Slušanje Čitanje Govorna interakcija Govorna produkcija

engleski C1 C1 B2 B2 B2

njemački B1 A2 A2 A2 A2

**Stupnjevi: A1 i A2: Početnik - B1 i B2: Samostalni korisnik - C1 i C2: Iskusni korisnik
Zajednički europski referentni okvir za jezike**

Komunikacijske vještine Dobre komunikacijske vještine stječene iskustvom rada s ljudima kao konobar

Organizacijske / rukovoditeljske vještine

Na prošlom poslu sam bio voditelj konobara u restoranu, odgovoran za nabavu, dostave...