

## **ISELJENIČKI TURIZAM KAO PROMOTOR, GENERATOR I POTENCIJAL RAZVOJA MEĐIMURSKE ŽUPANIJE**

**Rebeka Mesarić Žabčić  
Marina Perić Kaselj**

### **Sažetak**

Posljednjih desetljeća pojavljuje se novi trend u turizmu, iseljenički turizam. Iako je iseljenički turizam u Republici Hrvatskoj u početku, ulaskom Republike Hrvatske u EU, on nudi velike razvojne mogućnosti. Na tragu toga promišljanja, iznimna je važnost zavičaja i za razvitak hrvatskoga društva i za iseljene Hrvate. S obzirom da se iseljeničkim turizmom podrazumijevaju različiti oblici turizma (eko, sportsko-rekreacijski, gastronomski, kulturni, nostalgični, zavičajni) kako u urbanim tako i u ruralnim područjima koje u ponudi imaju usluge hrvatske kulture istraživanje će se fokusirati na reintegraciju međimurskih seoskih domaćinstava i ruralnih područja iseljeničkim kapitalom i stečenim iskustvima. Također, fokus istraživanja će se staviti i na resurse kreativnosti ekonomije te će kroz iskustva i doživljaje iseljenika, ali i lokalne sredine, testirati i istražiti učinci koje proizvodi i usluge mogu imati na živote ljudi. Iseljenički turizam je u izravnoj korelaciji s imidžem destinacije koju Međimurska županija ima u iseljeništvu s obzirom da iseljenici i potomci iseljenika iz Međimurske županije održavaju prisne kontakte s domovinom te se pojavljuju u ulozi ulagača ili konzumenata iseljeničkoga turizma u Međimurskoj županiji kroz objektivne i subjektivne elemente koje tradicija proizvodi i kroz usluge kulture koje im pojedinac ili zajednica nude.

Istraživanjem se želi ukazati kako su temeljne veze između hrvatskih iseljenika i njihovih potomaka s domovinom upravo bogata baština, hrvatski običaji, okusi i mirisi autohtone kuhinje što su ujedno i promotori kulturnog identiteta u zemljama gdje hrvatski iseljenici žive. Stoga će se u projektu kroz ekonomiju iskustva i doživljaja što karakterizira i iseljenički turizam istražiti i učinci koje proizvodi i usluge mogu imati na kvalitetu života ljudi, na imidž i emocionalni marketing koji kreira destinaciju kroz okus, miris, radost, veselje, iznenađenje, tugu.

Istraživanje na terenu će se odnositi na migracijska iskustva sugovornika, iskustva i doživljaje svih dobnih skupina iseljenika i lokalnog stanovništva vezanih uz destinaciju Međimurske županije, tipove iseljeničkih aktivnosti u Međimurskoj županiji, mogućnosti i oblike transnacionalnog poduzetništva i sl.

Kroz rezultate istraživanja međimurski ruralni proizvodi i usluge nastojat će se plasirati u iseljeništvu.

**Ključne riječi:** iseljenici, iseljenički turizam, Međimurska županija, Republika Hrvatska.

### **UVOD**

Na krajnjem sjeverozapadu prostire se najsjevernija turistička destinacija Republike Hrvatske, Međimurska županija koja je uz Istarsku županiju jedna od gospodarski najrazvijenijih županija u Republici Hrvatskoj. Uz visoko razvijeno gospodarstvo, postojeće turističke resurse i bogatstvo kulturnoga života kao i dobrom prometnom povezanošću u domovini, ali i regiji, Međimurska se županija ističe i svojim prirodnim ljepotama, brežuljcima i ravninama, rijekama Murom i Dravom i jezerima, a što je nužno

za postojanje funkcionalnog sustava turističke destinacije kao i za proces razvitka različitih oblika turizma, pa tako i iseljeničkoga turizma kojim se bavimo u ovome radu.

Generalno se može reći da je turizam danas najbrže rastuća sastavnica gospodarskih djelatnosti na svijetu koja osim što ostvaruje prihod i otvara različita radna mjesta, a ujedno podiže i kvalitetu života lokalnoga stanovništva. Sasvim je logično kako svaka država, regija, grad, naselje, mjesto ili selo želi steći status turističke destinacije koju će turisti željeti kontinuirano posjećivati, u našem slučaju i domaći turisti, strani turisti, ali i iseljenici.

Kada se turizam duboko ukorijeni u svakodnevni život stanovništva lokalne zajednice koji su i sami dio destinacijskog proizvoda, sa zajedničkim ciljevima sustava turističke zajednice, tek tada turizam neće biti samo sezonska djelatnost od koje će imati koristi pojedinci (Petrić 2011), već će uspješnost i korist od turizma preći i na lokalnu zajednicu, ali i šire.

Primarna zadaća turističke destinacije je dobra promidžba, stvaranje prepoznatljivog identiteta destinacije, privlačenje potencijalnih turista i zadržavanje postojećih.

Na tragu izrečenog Međimurska županija kao najsjevernije turističko odredište kontinentalnog turizma u Hrvatskoj ima budućnost i potencijal još šireg razvoja turizma, ne samo zbog prirodnih ljepota kao najvrjednijeg resursa, već i stoga što su na vrijeme u Međimurskoj županiji prepoznati međimurski iseljenici i povratnici koji su ujedno i svojevrsna garancija kvalitetnoga razvoja iseljeničkoga turizma i koji svojim djelovanjem i aktivnostima utječu na život lokalnoga stanovništva, ali i šire.

Budući je ovdje riječ i o povratnim migracijama međimurskih iseljenika potrebno se osvrnuti i na teoriju društvene mreže koja se oslanja na transnacionalnu teoriju i omogućuje širi analitički okvir za istraživanje kompleksnosti povratnih migracija jer osnovu za razmjenu i formiranje mreža vidi u zajedničkim interesima i migracijskim iskustvima migranata (Cassarino 2004: 265). Formiranje i održavanje mreža zahtjeva dugotrajne međuljudske odnose i redovitu razmjenu uzajamno vrijednih resursa između migranata, bivših migranata i ne-migranata u zemlji podrijetla i primitka na temelju rodbinskih, prijateljskih, profesionalnih, kulturnih i drugih vrsta veza (Massey 1993, prema Kuschminder 2013: 27). Središnja važnost društvenih mreža je u pristupu materijalnim i nematerijalnim resursima i informacijama koje migranti koriste za pripremu povratka (Kuschminder 2013: 25) od mogućnosti razvijanja posla kod kuće, investiranja u određeni tip turizma i uslužnih djelatnosti i slično. Mreže koje se formiraju na osnovi obiteljskih ili rodbinskih odnosa manifestiraju se kao snažne veze (Pavlov, Predojević-Despić, Milutinović 2013: 280) izvor su socijalnoga kapitala u domovini te su im golema pomoć pri realizaciji željenih projekata u praksi. Suvremene promjene u međunarodnim migracijskim tokovima, pod utjecajem globalizacije i tehnološkog napretka, pridonijele su povećanoj heterogenosti povratnih migranata, što se odrazilo na njihov proces reintegracije, mogući utjecaj na zemlju podrijetla i razvojni potencijal (Cassarino 2004: 270) što je slučaj i u Međimurskoj županiji. Razvojni potencijal Međimurske županije u iseljeničkom turizmu je golem i od ključne je važnosti za razvitak Međimurske županije kao atraktivne turističke destinacije za hrvatske iseljenike i sve ostale turiste koji odluče provesti odmor u Međimurju. U domeni prirodne i

kulturno-povijesne baštine Međimurska županija nudi mnoge atrakcije koje privlače i domaće turiste, a pri čemu sudjeluje uz lokalno stanovništvo i iseljenička populacija, najvećim dijelom podrijetlom iz Međimurske županije koji su ujedno i promotori Međimurske županije izvan granica Republike Hrvatske, ali i potencijal i pokretači za daljnji razvitak iseljeničkoga turizma u Međimurju.

## 1. METODOLOŠKE NAPOMENE

Za potrebe ovoga rada analizirana su ukupno četiri iskustva doživljaja, dvaju iseljenika i dvaju lokalnog stanovništva vezano uz Međimursku županiju kao destinaciju iseljeničkoga turizma. Analizirani podaci prikupljeni su putem polustrukturiranih intervjua tijekom razdoblja Uskrasnih blagdana u Hrvatskoj u ožujku 2018. godine. Razgovor sa svakim ispitanikom trajao je trideset minuta, vodio se u izrazito ugodnoj atmosferi pri čemu se vodilo računa o svim standardima zaštite podataka ispitanika i mjerama etičnosti čitavog postupka. Prikupljanje svih informacija proizlazi iz osobnog poznavanja ispitanika te neformalnih druženja i razgovora s ispitanicima kroz duži niz godina. Razgovori i druženja omogućili su uvid u razumijevanje različitih životnih iskustava ispitanika, a osobno poznanstvo provedbu intervjua. Analiza iskustva doživljaja i razmišljanja kao i ideje iseljenika obogaćuju znanje o mogućnostima daljnjeg ulaganja u iseljenički turizam na prostoru Međimurske županije što otvara mnoga nova pitanja, ali daje i poticaje za nova i buduća istraživanja.

## 2. ISELJENIČKI TURIZAM KAO OBLIK ODRŽIVOGA TURIZMA U MEĐIMURSKOJ ŽUPANIJI

U turizmu je najvažnija ravnoteža između gospodarskoga razvitka neke destinacije i očuvanja kvalitete života lokalnog stanovništva sa svim postojećim resursima određene destinacije, bili oni prirodni ili društveni. Posljednjih desetljeća pojavljuje se novi trend u turizmu, *iseljenički turizam*. Na tragu tog promišljanja, iznimna je važnost zavičaja i za razvitak hrvatskog društva i za raseljene Hrvate. Iseljeničkim turizmom podrazumijevamo različite oblike turizma (eko, sportsko-rekreacijski, gastronomski, kulturni, nostalgični, zavičajni) kako u urbanim tako i u ruralnim područjima u Republici Hrvatskoj koje u ponudi imaju usluge hrvatske kulture. U Republici Hrvatskoj ima mnogo otvorenih pitanja vezanih uz iseljenički turizam i unatoč samokritičnosti mnogo se toga postiglo u praksi, pogotovo u Međimurskoj županiji. Na tom tragu potrebno je spomenuti ekoturizam, ruralni turizam i njihove karakteristike, budući oni predstavljaju osnovne polazišne elemente u procesu razvitka iseljeničkoga turizma u Međimurskoj županiji na kojima se primarno temelji turistička ponuda iste.

Okoliš kod turista ima veliku ulogu u odabiru putovanja na određenu destinaciju, a također treba imati i ulogu mogućnosti podržavanja lokalnog stanovništva određene destinacije, ali i turiste, stoga se ekoturizam nameće kao najvažnija tržišna niša turističke industrije. Međimurska županija nudi turistima izazove poput personaliziranoga doživljaja u manje poznatim destinacijama, spoj čovjeka i prirode, povećanje svijesti i razine znanja o potrebitosti očuvanja okoliša, razmišljanja na tragu promjene stavova i ponašanja loših utjecaja na prirodu i okoliš. S druge pak strane, smatra se kako su na

razvoj ruralnog turizma u Međimurju pozitivno utjecale susjedna Slovenija i Austrija gdje je taj oblik turizma zaživio još prije mnogo godina. Prezentacije tradicija putem narodnih običaja, zatim specifična ruralna imanja, proizvodnja tradicionalnih proizvoda te očuvanost prirodnog okoliša na visokoj razini, oblici su i načini na kojima počiva turistička ponuda Međimurja. U Međimurskoj županiji ruralni se turizam odnosi na agrarni prostor, a obuhvaća turizam na seljačkom gospodarstvu, lovni turizam, ribolovni, kulturni, gastronomski, zdravstveni, ekoturizam, vinski, zavičajni, sportsko-rekreacijski i ostale vrste turizma (Mesarić Žabčić 2008).

Za Međimursku županiju osobito su karakteristični gostujući radnici, tzv. gastarbajteri koji su 1960-ih godina prošloga stoljeća trbuhom za kruhom, željom za višim standardom, potrebom da zarade više nego što su tada mogli u Međimurju, a kako bi investirali u željeni i neostvareni posao zbog novčanih nemogućnosti kod kuće, iseljavali iz rodnog mjesta prema srednjoeuropskim i zapadnoeuropskim zemljama Europe s željom i krajnjim ciljem povratka u Međimurje. Kod čestih i permanentnih putovanja i dolazaka u Međimurje što zbog obitelji, nostalgije, želje za ulaganjem i slično, stvarala se poveznica na relaciji Međimurska županija – gastarbajteri – iseljenički turizam.

Iako je iseljenički turizam u Republici Hrvatskoj u začetku, ulaskom Republike Hrvatske u Europsku uniju nudi velike razvojne mogućnosti. Poznati su mnogi primjeri dobre prakse iseljeničkoga turizma na lokalnoj i regionalnoj razini u Republici Hrvatskoj koji se mogu prepoznati i u novim mogućnostima i projektima turističke ponude poput razvoja agroturizma, ruralnoga i obiteljskoga turizma, obnova starih i zapuštenih kuća, razvoja vinarstva, eko prehrana, kulturnog turizam, alternativnog turizma i sl. Iseljenički turizam se fokusira i na doživljaje pojedinaca, na svih 5 doživljaja (vid, okus, sluh, dodir, miris) pa se za taj oblik turizma ističe da je on i grana *doživljajnog turizma!* (Jelinčić, Senkić, 2017). Doživljajni turizam, konkretno kod raseljenih Hrvata, nudi doživljaje na rodnoj, zavičajnoj lokaciji, budi emocije iz djetinjstva, iz doba odrastanja putem uspomena na rodnu grud, običaje i sl. Doživljajni turizam je danas sve popularniji trend turizma u svijetu. Svi turisti svoje doživljaje najprije putem slika izražavaju, pokazuju i komentiraju i putem društvenih mreža što je svojevrsna promocija pojedinih lokacija i lokaliteta sa svime što oni/e nude (u našem slučaju rodnih, zavičajnih). Raseljeni Hrvati i potomci iseljenika koji održavaju prisne kontakte s domovinom pojavljuju se danas u ulozi ulagača (investitora) ili konzumenata iseljeničkoga turizma u zemlji svog porijekla kroz objektivne i subjektivne elemente koje tradicija iz doživljaje proizvodi i kroz usluge kulture koje im pojedinac ili zajednica nude.

Bit čitave ponude i procesa je zadovoljstvo iseljenika, lokalnoga, zavičajnog stanovništva i također i ostalih turista. Svaka atrakcija, manifestacija, mora imati svoj prostor, svoju zanimljivu priču, svoje posjetitelje/publiku/turiste za što je važna kreativnost pojedinca, lokalne zajednice, osigurana sredstva za realizaciju ideje, podrška lokalnih vlasti i dobra volja ljudi. Raseljeni Hrvati su u mnogočemu i vrlo kreativni, puni ideja i mogućnosti vezanih uz investicije u zavičaju što je Međimurska županija prepoznala i podržala. U razvoj iseljeničkoga turizma na prostoru Međimurske županije, županija je uključila i lokalno stanovništvo tako što lokalno stanovništvo svojim autentičnim načinom življenja prezentira međimursku kulturu, način života, običaje. Modernom tipu turista to je važno i vrlo interesantno, pogotovo kod interpretacije baštine

koja je u doticaju s doživljajnim turizmom! Doživljaji su svojevrsni alati kojima kreiramo (ne)zadovoljstvo turista destinacijom. Odnosno, doživljaji su procesi kojima se stvara iskustvo kao "proizvod" koji označava što turist misli i osjeća o pojedinoj destinaciji. Iskustvo, mišljenja i osjećaji utječu na preporuku destinacije (Jelinčić 2017). Ekonomija iskustva/doživljaja turista (EIDT) naglašava učinke koje proizvodi/usluge mogu imati na živote ljudi. Za razliku od opće ekonomije koja nudi materijalna zadovoljstva, ekonomija iskustva nudi psihičku satisfakciju i zadovoljstvo (Jelinčić 2017). Bliskoga saveznika (EIDT) može pronaći u iseljeničkom turizmu kroz ponudu smislenih, često individualiziranih događanja koji turiste angažiraju na načine koje će pamtiti i kojima će se s veseljem vraćati. Zbog potrebe za različitim destinacijama, u posljednje vrijeme, iskustvo raseljenih Hrvata postaje trend u kreiranju turističke ponude lokalne sredine jer ga turist doživljava kao osobni izvor informacija i priča o stvarnom identitetu lokalnih zajednica s kojima dolaze u kontakt. Ovo gledište implicira važnost individualnog zadovoljstva s određenim proizvodom, uslugom ili, u turističkom smislu, destinacijom. Pozitivno iskustvo stvara pozitivan imidž o određenoj destinaciji i rezultira u konačnici zadovoljstvom turista.

### **3. ISELJENIČKI MARKETING I EMOCIJE KAO KLJUČ STVARANJA DOŽIVLJAJA I ISKUSTVA U ISELJENIČKOM TURIZMU: PRIMJER MEĐIMURSKE ŽUPANIJE**

U cijelom procesu razvoja iseljeničkog turizma, bitan je i *iseljenički marketing u domovini i izvan granica Republike Hrvatske*, putem ponude doživljaja i iskustava s rodne, zavičajne lokacije u vidu svih mogućih atrakcija, festivala i manifestacija. Rezultat kreiranja određenoga događaja, vidljiv je samo ukoliko je događaj, manifestacija, proizvod/i proizvela i emociju, a na emocije turista utječe raspoloženje koje utječe na doživljajni turizam (Jelinčić 2017). Konkretno, Međimurska županija raspolaže bogatom resursno-atrakcijskom osnovom. To potvrđuju i brojne nagrade koje su županijske destinacije ili atrakcije dobile na nacionalnim natjecanjima. Primjerice, u natjecanju izvrsnosti kontinentalnog turizma (Zeleni cvijet Hrvatske turističke zajednice) Čakovec je u razdoblju od 2008. do 2010. godine uzastopno dobivao najviše ocjene u kategoriji uređenosti gradova srednje veličine, dok je u 2011. godini Perivoj Zrinskih ocijenjen kao najljepši perivoj, a Prelog u 2012. godini kao najuređenije mjesto do 5.000 stanovnika. Valja spomenuti da je Međimurska županija jedina hrvatska županija koja je na natjecanju European Destinations of Excellence (EDEN) od 2007. do 2015. godine dobila dva nacionalna pobjednika (Gornje Međimurje u 2015. i Sveti Martin na Muri u 2007. godini). Također, u 2010. godini Sveti Martin na Muri dobio je srebrni cvijet europske asocijacije Entente Florale Europe, a naselje je na natjecanju Zeleni cvijet višestruko bilo izdvojeno kao jedno od najljepše uređenih malih mjesta kontinentalne Hrvatske (<http://medjimurska-zupanija.hr/wp-content/uploads/2016/10/Masterplan-razvoja-turizma-Međimurske-županije-2020.pdf>). Turisti u destinaciju dolaze zbog različitih razloga, poslovnih putovanja, profesionalne edukacije, liječenja ili zadovoljenja vjerske, odnosno duhovne obnove, ali ipak ponajviše zbog odmora, rekreacije, opuštanja i užitka (Berc Radišić 2009). U Međimurskoj županiji, prepoznate su mnoge prezentacije lokalne kulture, lokalnih restorana, lokalnih običaja, događaja kao što su Međunarodni Oldtimer susret, MEF-međimurski festival zabavne glazbe, Međimurski pivski festival, Forestland festival, Terme Life Class Sveti Martin. Posebno se izdvaja najveća manifestacija u

Međimurskoj županiji svake godine, Porcijunkolovo koje traje u razdoblju od 28. srpnja – 2. kolovoza koja nudi izvanrednu eno-gastro ponudu, vjerski dio svečanosti, promovira mnoge izlagače starih običaja i slično. Hrvatski iseljenici i povratnici iz srednjoeuropskih i zapadnoeuropskih zemalja Europe, u najvećem broju podrijetlom iz Međimurske županije, pojavljuju se i vidljivi su na manifestaciji i u ulozi izlagača, ulagača, posjetitelja i turista. Bit i krajnji cilj je biti inovator na manifestacijama, kreirati postojanje različitih inovativnih spektakularnih "proizvoda", prezentirati ih, prodati, povećati potrošnju i doprinijeti zaradi lokalne sredine! Na tome tragu, primijećeni su u praksi i mnogi noviteti; otvorene su kušaonice bučinog ulja, kušaonica mesa iz tiblice, tematski putovi (putovi preše) i autohtone vinske kuće, sve s ciljem povezivanja međimurske opće turističke ponude u jedan cjeloviti proizvod s obzirom da jedan proizvod sam za sebe ne može egzistirati i privlačiti turiste. Iseljenici, povratnici i lokalno stanovništvo smatraju kako povezivanje turističke ponude Međimurske županije i zajednički kontinuirani nastup na tržištu može napraviti "čudo ponude" u rodnom zavičaju što je prvenstveno važno za lokalno stanovništvo i lokalnu ekonomiju, ali i šire za hrvatsko društvo!

#### **4. MEĐIMURSKA ŽUPANIJA: ATRAKTIVNOST I RESURSI ZA ISELJENIKE**

Atraktivnost određene destinacije najvažnija je determinanta konkurentnosti turističkih destinacija. Što se sve može ponuditi i smatrati atraktivno određenom pojedincu, turistu i što će istoga zainteresirati baš za putovanje i odabir te turističke destinacije vrlo je teško izreći, no generalno je u vezi s prirodom i kulturnom baštinom. Dugoročni uspjeh turizma ovisi o atrakcijama koje su ljudsko djelo i koje mogu zadovoljiti želju za putovanjem, postoji neprestana potreba za novim atrakcijama što iziskuje stalna financijska ulaganja bez kojih ovaj proces napretka nije moguć (Kotler i sur. 2010). U našem je fokusu istraživanja Međimurska županija koja obiluje turističkim atrakcijama u okviru očuvane prirodne i kulturne baštine. Na tom tragu, a sukladno Turističkoj zajednici Međimurske županije u top atrakcije za domaće, a posebno za iseljenike ulaze Spa & Sport Resort Sveti Martin sa svim svojim pratećim sadržajima, Mlin na Muri, Međimurska vinska cesta, Grad Čakovec, Stari Grad Zrinski s perivojem, Muzej oldtimer, Mura Drava Bike, Spomen dom rudarstva, Grad labirinta, i Ekomuzej Mura (<http://www.tzm.hr/>). Međimurski iseljenici nekoliko puta godišnje posjećuju svoj rodni kraj, te vrlo često svoje dolaske planiraju u skladu državnim i vjerskim praznicima, ali i s programima događanja u Međimurskoj županiji koje ne žele propustiti. Jedno od najvažnijih događanja za lokalnu zajednicu, ali i za turiste, pogotovo tzv. gastarbajtere je već spomenuto Porcijunkolovo kada se centar grada Čakovca na nekoliko dana pretvara u veliku izložbu autohtonih tradicijskih zanata. Također, važni su i vrlo posjećeni Međimurski dani vina tzv. Urbanovo s ciljem promocije vinske ceste što je nova prigoda za posjetiti rodnu grudu, obitelj i prijatelje te se s njima opustiti uz čašicu razgovora i domaću hranu. Fašnik i karnevalska povorka s izvornim maskama karakterističnim samo za Međimurje posjećuju u najvećem broju gastarbajteri zaposleni u Sloveniji i Austriji koji su navratili na tu manifestaciju i usput pogledali svoje kuće za odmor i vinograde u Gornjem Međimurju. Zanimljiva i dobro posjećena je i manifestacija Dani grada Čakovca kojima se obilježava status slobodnoga trgovišta stanovnicima podgrađa čakovečke utvrde Poveljom Jurja IV. Zrinskog od 1579. godine

s nizom kulturno zabavnih i sportskih programa. I nezaobilazno, iz godine u godinu Božićni sajam u gradu Čakovcu privlači sve međimurske iseljenike na dolazak i na druženja po Korzu u vrijeme jednog od najvećih kršćanskih blagdana. Dani Zrinskih kao i Ljeto u gradu Zrinskih s brojnim svakodnevnim događanjima također su zanimljivi i primamljivi događaji za međimurske gastarbajtere. Za ljubitelje adrenalinskih sportova Speedway Grand Prix u Donjem Kraljevcu, Biciklijada BIMEP privlače sve više i mlađu populaciju turista. Iza svakoga pojedinog događaja koji se održava u Međimurju stoji neka zanimljiva priča sa svrhom očuvanja lokalnoga i nacionalnoga identiteta kao faktora atraktivnosti, a kojim se ujedno postiže stupanj privlačnosti za turiste, a događaji su itekako važni i za život lokalnoga stanovništva u Međimurskoj županiji.

## 5. KVALITATIVNA ISKUSTVA I DOŽIVLJAJI ISPITANIKA

Za potrebe rada provedena su četiri individualnih intervjua s ključnim pitanjima i ciljem prikupljanja informacija o zastupljenosti, mogućnosti, izazovima i perspektivama iseljeničkoga turizma u Međimurskoj županiji. U radu su izdvojena samo određena mišljenja ispitanika zbog zadanih uređivačkih propisa i tehničkih mogućnosti rada.

G. K. lokalni ispitanik "...Međimurje je odličan primjer za sve druge kako treba razvijati iseljenički turizam, tu se prije svega cijeni čovjek i tradicija, a k tome važna je i kultura, naši običaji. Naši domaći ljudi su uključeni u turizam i posao što je jako važno da ljudi ostaju doma delati. Pohvaljujem sve i Župana koji je puno napravio za ljude koji se žele baviti turizmom u Županiji...".

M. M. lokalni ispitanik "... za svaki blagdan ima strašno puno gastarbajtera koji dođu ovdje u Međimurje i kupuju domaće proizvode, domaću hranu, ulažu u nekretnine doma i posjećuju sve naše festivale koji se događaju u vrijeme praznika... djeca im se druže s domaćima i rado ponovno dolaze u Međimurje, stalno pitaju kaj mogu novo vidjeti, ima li kaj novo gdje se može izaći, provesti vrijeme... oni se žele opustiti doma i puni su penez... puno nas pak dela u uslugi jer su nam baš ti gastarbajteri dali radna mjesta, mislim na ove kaj su se vrnuli doma i pokrenuli tu posel, to je dobro za nas tu u Međimurju i daj Bože da se svi vrneju doma s penezima i ulože tu pri nama, a ne da hodaju po svijetu...".

D. L. iseljenik ispitanik "...živim još neko vrijeme u Njemačkoj i to vrlo kratko, supruga i ja smo tu kupili jedno imanje, sređujemo ga i bavim se tu uslugama i turizmom i želio bih u budućnosti još širiti posao tako da mi djeca sutra tu ostanu i rade na imanju... imam puno kolega u Njemačkoj koji već ljetuju u Hrvatskoj, no ja sam im ukazao i na Međimurje, da tu moraju doći na odmor pa su rekli da budeju i jako su se zainteresirali, pogotovo za međimurska vina i biciklizam... rekel sam im da im budem pokazao još puno toga i nek šparaju eure (ha ha ha) da mogu uživati u mnogočemu u Međimurju...".

A. L. iseljenik ispitanik "...ja sam se vratio u Međimurje prije sad već deset godina, otvorio sam i obrt i bavim se turizmom, imam pristojan i kvalitetniji život nego li sam živio u Austriji... nekako sam sretniji, veseliji, zadovoljniji ovdje... imaš još ideje i želje uložiti u Međimurju kako bi što više ljudi došli u naš kraj odmarati i uživati... jako je bitna promocija Međimurja i usmenim putem, ali i medijski, preko turističke zajednice i

Županije... kod mene se uvijek vraćaju isti gosti, ima i ponešto novih jer su čuli usmeno od mojih gostiju da je kod mene sve jako dobro... rado bih ako uspijem pokušao napraviti jednu pješačku rutu za planinare, avanturiste i sve željne lijepe prirode koja bi završila u mom turističkom objektu gdje bi turiste dočekali dobro vini, hrana i muzikaši da se mogu i uz pjesmu opustiti... dolazi mi jako puno od stranaca Slovenaca na vikend, Austrijanaca, nešto Nijemaca i puno naših ljudi za blagdan... knjiga dojmova puna je njihovih dojmova i želja da se ponovno vrate...".

Prikazan je tek dio različitih iskustava, doživljaja, razmišljanja, mogućnosti i realnosti četiriju ispitanika o iseljeničkom turizmu na području Međimurske županije. Svi izdvojeni primjeri svjedoče i pokazuju kako četiri ispitanika svjesno promišljaju i zaključuju shodno iskustvima i doživljajima iz života i prakse pri čemu iskazuju svoju samostalnost u razmišljanju i poduzetnost. U skladu s pogledom na svijet, odnosu prema radu i poduzetništvu te stečenom kapitalu, oba međimurska iseljenika su pokretanjem biznisa odgovorili na kontekst društva u koji su se vratili ili u koji se planiraju vratiti. Međimurski iseljenici također naglašavaju i važnost održavanja snažne veze sa zemljom podrijetla kroz redovite posjete u Međimurje, a neprekinuta i kontinuirana komunikacija s obitelji i prijateljima je imala veliki utjecaj na realizaciju ulaganja stečenog kapitala izvan granica Republike Hrvatske na prostoru Međimurske županije. Upornošću, promišljanjem i procjenjivanjem mogućnosti u Međimurskoj županiji svi ostvaruju poslovni uspjeh u turizmu i uslužnim djelatnostima čime su ostvarili i status u društvu afirmirajući se kao poslovni ljudi u poslovnom svijetu svoje rodne grude. Međimurski iseljenici su povratkom iz iseljeničtva ušli u svijet poduzetništva i afirmirali se profesionalno u turizmu te inicirali, pokrenuli i uložili stečeni kapital u domovini čime su ostvarili pozitivan gospodarski i društveni utjecaj na lokalnoj i nacionalnoj razini zemlje povratka. Budući se u radu govori primarno o iseljeničkom turizmu, potrebno je istaknuti kako su između ostalih i međimurski iseljenici učinili Međimursku županiju privlačnom i dostupnijom za sve ostale iseljenike koji žele ulagati u Međimurje, ali i za turiste koji žele provesti kvalitetan odmor u najsjevernijoj hrvatskoj destinaciji. Jasno je da postoji potreba za daljnjim istraživanjima i za detaljnijom analizom kao i analizom svih društvenih čimbenika i njihovih utjecaja na iseljenički turizam Međimurske županije što bi omogućilo bolje razumijevanje i dalo konkretne smjernice za razvoj istog na području Međimurske županije.

## ZAKLJUČAK

Danas općenito turizam nije samo turizam, već obuhvaća, uz konzumente, i kulturu i poljoprivredu, gospodarstvo, enogastronomiju, doživljaje, iskustvo, uključuje emocije, promocije različitog tipa, festivale, kušaonice. To su prepoznali mnogi raseljeni Hrvati i povratnici iz iseljeničtva. Stoga za njih biti inovativan znači biti i poželjan u zavičajnoj, lokalnoj sredini. Međimurski iseljenici ulaganjima i inovacijama sudjeluju u razvitku iseljeničkoga turizma Međimurske županije kako bi pomogli i na taj način pripomogli i ukupnom razvoju gospodarstva Međimurske županije kao jedne od inih atraktivnih turističkih destinacija u Republici Hrvatskoj, a od nedugo i prema prestižnom FDI magazinu jedne od deset malih regija Europe privlačnih za strana investiranja što nameće još veći poticaj i odgovornost u daljnjem razvitku. Duh rodno mjesto najbitniji je za razvitak iseljeničkoga turizma jer čuvanje, održavanje, promocija, prezentacija svih



kulturnih dobara ovisi prije svega o ljudima, investiranju u njihova znanja, vještine i sposobnosti. Za struku, a da bi se održavala kvaliteta, komercijalizacija iseljeničkoga turizma nije poželjna.

## LITERATURA

- Berc Radišić, B. (2009), *Marketing turističkog proizvoda destinacije*, Fakultet za Menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, <http://bib.irb.hr/prikazirad?rad=417788&table=skripta&print=true> (23. 2. 2018.)
- Cassarino, J.-P. (2004), "Theorising Return Migration: The Conceptual Approach to Return Migrants Revisited", *International Journal on Multicultural Societies*, 6/2, 253-279.
- Jelinčić, D. A. Senkić, M., "Stvaranje doživljaja u turizmu baštine: snaga emocija", (*neobjavljeni rukopis*).
- Jelinčić, D. A. (2017), "Kreiranje doživljaja u turizmu i kulturnom turizmu", *Suvremena trgovina*, (2), Senko studio d.o.o. za trgovinu i usluge, Zagreb, 14-16.
- Kotler, P. Bowen, J.T. Makens, J.C. (2010), *Marketing u ugostiteljstvu, hotelijerstvu i turizmu*, Četvrto izdanje, MATE d.o.o., Zagreb.
- Kuschminder, K. (2013), *Female Return Migration and Reintegration Strategies in Ethiopia* (Dissertation), Maastricht University, Maastricht.
- Pavlov, T. Predojević-Despić, J. Milutinović, S. (2013), "Transnacionalno preduzetništvo: Iskustva migranata-povratnika u Srbiju", *Sociologija* 55/2, 261-282.
- Petrić, L. (2011), *Upravljanje turističkom destinacijom*, Ekonomski fakultet u Splitu, Split.  
<http://www.tourism-cakovec.hr/novosti/398-dan-grada-cakovca-svibanj>, (18. 3. 2018.)  
<http://www.najbolje-u-hrvatskoj.info/sjeverna-hrvatska/medjimurska-zupanija-144.html>, (18. 3. 2018.)

## MIGRATION TOURISM AS A PROMOTER, SOURCE, AND POTENTIAL FOR DEVELOPMENT OF MEĐIMURSKA COUNTY

### Abstract

In recent decades, a new trend is emerging in tourism, diaspora tourism. Although diaspora tourism in the Republic of Croatia is at its beginning, Croatia's accession to the EU offers great development opportunities. On the trail of this reflection, the region in focus: Međimurje County is exceptional in its importance to the development of Croatian society and for Croatian diaspora. With regard to tourism, the research focuses on various forms of implied diaspora tourism (ECO, sport-recreational, gastronomic, cultural, nostalgic, native) in the urban and rural areas which offer services relating to Croatian culture and on the reintegration of 'međimurski' rural households and rural areas with diaspora capital and experiences. Also, the focus of the research is placed on the resources and the creativity of the economy and will, through experience and the experiences of the diaspora and the local areas investigate and explore the effects that products and services can have on people's lives. Diaspora tourism is in direct correlation with the image of the destination of the Međimurje County in the diaspora with regard to expatriates and descendants of emigrants from Međimurje County who have maintained close contact with the homeland and take on the role of investors, or diaspora consumers of tourism. They do this in the Međimurje County through objective and subjective elements which are the tradition of the products and services immersed in the culture that an individual or their communities offer. The survey aims to demonstrate how the fundamental links between the Croatian diaspora and their descendants with the homeland, that is, the rich heritage, Croatian customs, tastes and aromas of authentic culinary, are also promoters of cultural identity in countries where the Croatian diaspora live. Therefore, the project, through the economy of experience, and the experience which are characterized by the diaspora and diaspora tourism, will explore effects that products and services can have on the quality of life of the people, on the image and emotional marketing that creates a destination through taste, odour, joy, happiness, surprise and sadness. Field research relates to the current migration experiences of the interlocutors, the experience and the experiences of all age groups of diaspora and the local population connected with the destination, the Međimurje County, the types of diaspora activities

in the Međimurje County, the possibilities and the forms of transnational entrepreneurship, etc. Through the results of the study 'međimurski' rural products and services will endeavour to widen their reach to the diaspora.

**Keywords:** immigrants, emigrant tourism, Međimurje County, The Republic of Croatia.

dr. sc. **Rebeka Mesarić Žabčić**, znanstvena savjetnica  
Institut za migracije i narodnosti  
Trg Stjepana Radića 3, 10000 Zagreb, Hrvatska  
E-mail: Rebeka.Mesaric@imin.hr

dr. sc. **Marina Perić Kaselj**, viša znanstvena suradnica  
Institut za migracije i narodnosti  
Trg Stjepana Radića 3, 10000 Zagreb, Hrvatska  
E-mail: Marina.Peric@imin.hr