

MUZEJ U FUNKCIJI RAZVOJA KULTURNOG TURIZMA TURISTIČKE DESTINACIJE

Koren, Ivana

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Karlovac University of Applied Sciences / Veleučilište u Karlovcu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:128:701799>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-27**



VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
Karlovac University of Applied Sciences

Repository / Repozitorij:

[Repository of Karlovac University of Applied Sciences - Institutional Repository](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
POSLOVNI ODJEL
STRUČNI STUDIJ UGOSTITELJSTVA

Ivana Koren

**MUZEJI U FUNKCIJI RAZVOJA KULTURNOG TURIZMA
TURISTIČKE DESTINACIJE**

ZAVRŠNI RAD

Karlovac, 2022.

Ivana Koren

**MUZEJI U FUNKCIJI RAZVOJA KULTURNOG TURIZMA
TURISTIČKE DESTINACIJE**

ZAVRŠNI RAD

Veleučilište u Karlovcu
Poslovni odjel
Stručni studij ugostiteljstva

Mentor: dr. sc. Mateja Petračić

Karlovac, ožujak 2022.

ZAHVALA

Prvenstveno se zahvaljujem mentorici dr. sc. Mateja Petračić na pomoći, savjetima, trudu i usmjeravanju pri izradi završnoga rada te što je prihvatila biti mi mentoricom i tako mi pomogla završiti studij preddiplomski studij.

Najviše hvala mojoj obitelji i prijateljima, a posebno mojim roditeljima na konstantnoj podršci, razumijevanju i vjeri u mene tijekom školovanja i odabiru ove struke kao životnog puta.

Hvala Vam!

SAŽETAK

U ovom radu se opisuje kulturni turizam i muzeji u funkciji razvoja turističke destinacije. Kroz završni rad fokus je stavljen na definiranje pojma kulturnog turizma, njegove važnosti te prikaza prednosti i nedostataka. Također, su prikazane neke od najpopularnijih zemalja za kulturni turizam te je opisan i kulturni turizam na području Republike Hrvatske. Nakon toga, fokus se prebacio na prikaz muzeja u funkciji razvoja turističke destinacije. Općenito je definiran pojam muzeja te je opisana važnost muzeja u kulturnom turizmu i razvoju turističke destinacije. Nakon teorijskog dijela, u radu je provedeno istraživanje pomoću anketnog upitnika s kojim se ispitalo znanje ispitanika o kulturnom turizmu i njihovi stavovi o važnosti muzeja za razvoj turističke destinacije. Nakon provedenog istraživanja, došlo se do rezultata kako su ispitanici pokazali odlično znanje o poznavanju kulturnog turizma te također smatraju da muzeji imaju veliku ulogu u promociji i razvoju turističke destinacije te kako će u budućnosti ta uloga biti još veća.

Ključne riječi: turizam, kulturni turizam, muzej, turistička destinacija

SUMMARY

This paper describes cultural tourism and museums in order to develop a tourist destination. Through the final paper, the focus was placed on defining the concept of cultural tourism, its importance and the presentation of advantages and disadvantages. Also, some of the most popular countries for cultural tourism were presented and cultural tourism on the territory of the Republic of Croatia was described. After that, the focus was shifted to the museum's presentation as a function of tourism destination development. The term museums is generally defined and the importance of museums in cultural tourism and the development of tourist destinations is described. After the theoretical part, the survey was conducted using the questionnaire which examined the knowledge of the examinees on cultural tourism and their views on the importance of museums for the development of tourist destinations. After the survey, there were results that respondents showed excellent knowledge about the knowledge of cultural tourism and also believe that museums have a great role in the promotion and development of tourist destinations and that in the future this role will be even greater.

Keywords: tourism, cultural tourism, museum, tourist destination

SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1. Predmet i cilj rada	2
1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja	2
1.3. Sadržaj i struktura rada	2
2. KULTURNI TURIZAM.....	4
2.1. Važnost kulturnog turizma	5
2.2. Popularne zemlje za kulturni turizam	7
2.2.1. Kulturni turizam Hrvatske	8
2.3. Pozitivni i negativni učinci kulturnog turizma	9
3. MUZEJI U FUNKCIJI RAZVOJA TURISTIČKE DESTINACIJE	11
3.1. Definiranje pojma muzeja i njihov utjecaj na turizam	11
3.2. Muzeji i njihov utjecaj na turizam Republike Hrvatske	13
3.3. Primjeri muzeja koji imaju važnu ulogu u razvoju turizma	18
3.3.1. Nacionalni muzej palače u Taipeiju	18
3.3.2. Guggenheimov muzej u Bilbau.....	20
3.3.3. Tate Modern u Londonu	21
3.3.4. Muzejski kvart u Beču	22
3.3.5. Arheološki muzej u Zagrebu	23
4. ISTRAŽIVAČKI DIO.....	25
4.1. Uzorak i metodologija istraživanja.....	25
4.2. Cilj i hipoteza istraživanja.....	25
4.3. Prikaz i interpretacija rezultata	26
4.4. Rasprava	40
5. ZAKLJUČAK.....	42
LITERATURA	44
POPIS ILUSTRACIJA.....	46
PRILOZI	48

1. UVOD

Što je zapravo "kulturni turizam"? Najjednostavnije rečeno kulturni turizam se može definirati kao putovanja s ciljem posjećivanja mjesta i događaja s kulturno-povijesnom vrijednošću. Kulturni turizam podrazumijeva vrstu turističke djelatnosti u kojoj je posjetiteljeva bitna motivacija naučiti, otkriti, doživjeti i konzumirati materijalne i nematerijalne kulturne atrakcije/ proizvode u turističkoj destinaciji. Ove atrakcije/proizvodi odnose se na skup osebujnih materijalnih, intelektualnih, duhovnih i emocionalnih značajki društva koje obuhvaća umjetnost i arhitekturu, povijesnu i kulturnu baštinu, kulinarsku baštinu, književnost, glazbu, kreativne industrije i žive kulture sa njihovim stilovima života, vrijednostima sustava, vjerovanjima i tradicijom.

Globalno bogatstvo tradicije jedan je od glavnih motiva za putovanja, jer turisti žele upoznati nove kulture i iskusiti globalnu raznolikost izvedbenih umjetnosti, rukotvorina, rituala i kuhinja. Kulturna interakcija potaknuta takvim susretima potiče dijalog, gradi razumijevanje i potiče toleranciju i mir. Turizam nudi snažan poticaj za očuvanje i unaprjeđenje kulturne baštine, budući da se prihod koji ostvaruje mogu usmjeriti natrag u inicijative koje će pomoći njegovu dugoročnom opstanku. Kulturnom baštinom mora se promišljeno upravljati ako želi procvjetati u sve globaliziranijem svijetu. Samo istinska partnerstva između zajednica i sektora turizma i naslijeđa, izgrađena na istinskom uvažavanju težnji i vrijednosti svih strana, mogu osigurati njegov opstanak.

Muzej je neprofitna ustanova u službi društva i njegovog razvoja, otvorena za javnost, koja stječe, čuva, istražuje, komunicira i izlaže materijalnu i nematerijalnu baštinu čovječanstva i njegovog okoliša. Većina muzejskih stručnjaka vjeruje da su muzeji osnovani u svrhu obrazovanja i učenja, prikupljanja, konzerviranja, istraživanja i uživanja. Međutim, kako se društvo promijenilo, ekonomska uloga muzeja postala je sve važnija. Istodobno je sve više institucija postalo svjesno svog

potencijala da dodaju vrijednost svojoj zajednici privlačenjem turista iz kulture. Postali su ključni partneri u turističkoj industriji, te važan dio kreativne i kulturne industrije.

1.1. Predmet i cilj rada

Predmet rada je istražiti i analizirati kulturni turizam te muzej kao funkciju razvoja turističke destinacije.

Cilj završnog rada je prikazati i opisati kulturni turizam, njegovu važnost, prednosti i nedostatke te opisati važnost muzeja za kulturni turizam i razvoj turističke destinacije. Također, cilj rada je kroz istraživački dio ispitati znanja ispitanika o poznavanju kulturnog turizma te njihove stavove o važnosti muzeja za razvoj turističke destinacije.

Glavna hipoteza: Muzeji imaju važnu ulogu u razvoju turističke destinacije i promociji kulturnog turizma.

1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja

Za izradu teorijskog dijela rada korišten je veći broj stručne literature različitih autora. Korištene metode su: metoda deskripcije, metode analize i sinteze, metode generalizacije i specijalizacije, metode klasifikacije i komparacije. Istraživački dio rada pokrepljen je online anketnim upitnikom.

1.3. Sadržaj i struktura rada

Završni rad „Kulturni turizam, muzeji u funkciji razvoja turističke destinacije“ strukturiran je kroz 5 temeljnih cjelina. U uvodnom dijelu rada je sažeto predstavljen predmet rada, definirani su ciljevi rada te opisana metodologija.

Kroz drugo poglavlje naglasak je stavljen na opisivanje i prikaz kulturnog turizma, njegove važnosti, pozitivnih i negativnih učinaka te također nekih od popularnih zemalja za kulturni turizam.

Kroz treće poglavlje prvenstveno se definira pojam muzeja, prikazuje njegova važnost u kulturnom turizmu i razvoju turističke destinacije te se prikazuju i muzeji u Hrvatskoj i njihov utjecaj na turizam, kao i primjeri pet muzeja koji imaju značaj utjecaj na razvoj turizma u svijetu i Hrvatskoj.

Kroz četvrto poglavlje proveden je istraživački dio putem anketnog upitnika koji je za cilj imao ispitati znanja ispitanika o poznavanju kulturnog turizma te njihove stavove o važnosti muzeja za razvoj turističke destinacije. Na samom kraju rada izveden je zaključak, naveden je popis korištene literature i priloga.

2. KULTURNI TURIZAM

Turizam u cijelom svijetu dobiva poticaj jer postoji toliko toga što ljudi žele vidjeti i doživjeti. Zapravo, posjet drugoj zemlji jedan je od najboljih načina za učenje o kulturi i jeziku te zemlje. Međutim, u posljednje vrijeme ljudi se upuštaju u kulturni turizam koji je turizmu dao potpuno novo značenje (Dujmović, 2014). Prema Svjetskoj turističkoj organizaciji Ujedinjenih naroda, kulturni turizam je kretanje osoba u osnovi kulturnih motiva, kao što su studijska putovanja, izvedbene umjetnosti i kulturna putovanja, putovanja na festivale i druge kulturne događaje, posjete mjestima i spomenicima, putovanja radi proučavanja prirode, folkloru ili umjetnosti i hodočašća.¹

Ova se definicija proširuje tako da obuhvati sudjelovanje posjetitelja u kulturnim aktivnostima bez obzira jesu li te aktivnosti primarna svrha njihova putovanja ili ne. Također omogućuje lokalnim zajednicama da prihvate svoju kulturu jer je kulturni turizam glavni pokretač rasta. Iskustva kulturnog turizma uključuju arhitektonsko i arheološko blago, kulinarske aktivnosti, festivale ili događaje, povijesnu baštinu, mjesta, spomenike i znamenitosti, muzeje i izložbe, nacionalne parkove, vjerska mjesta, hramove i crkve. Uključuje također turizam u urbanim područjima, osobito povijesnim ili velikim gradovima i njihove kulturne sadržaje.²

Dakle, zajednice se trude slaviti i promovirati svoju kulturu jer se po tome razlikuju od drugih zajednica. Dobar primjer je karneval koji se u Rio de Janeiru i Goi slavi prije početka Korizme. Dok je u Riju bučna proslava na kojoj se mještani i turisti zabavljaju i uživaju, u Goi je glavni oslonac mimohod praćen plesovima i gozbama. Kulturni turizam koristi lokalnim zajednicama.³

¹Tourism and culture, dostupno na: <https://www.unwto.org/tourism-and-culture>, (21.08.2021.)

²Geić, S.: Turizam i kulturno-civilizacijsko nasljeđe, Sveučilište u Splitu, Split, 2002., str. 21.

³Dujmović, M.: Kultura turizma, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, 2014., str. 35.

Bilo da turist traži duboko kulturno iskustvo ili na neki drugi način, postoji širok raspon aktivnosti koje se mogu klasificirati kao kulturni turizam. Evo nekoliko primjera:

1. obilazak sela ili grada,
2. učenje o lokalnom zapošljavanju, na primjer kroz obilazak plantaže čaja ili tvornice,
3. poduzimanje volonterskog rada u lokalnoj zajednici,
4. pohađanje tečaja kao što su kuhanje, umjetnost, vez itd..,
5. posjet muzeju,
6. posjeta vjerskih objekata,
7. druženje s članovima lokalne zajednice,
8. posjet lokalnoj tržnici ili trgovačkom području,
9. isprobavanje domaće hrane i pića,
10. odlazak na kulturnu priredbu i
11. obilazak povijesnih spomenika i slično.⁴

2.1. Važnost kulturnog turizma

Ovaj oblik turizma općenito postaje sve popularniji u cijelom svijetu, a nedavno je izvješće Organizacije za ekonomsku suradnju i razvoj (eng. *Organisation for Economic Co-operation and Development - OECD*) istaknulo ulogu koju kulturni turizam može imati u regionalnom razvoju u različitim svjetskim regijama. Kulturni turizam važan je iz mnogo razloga. Možda je najistaknutiji razlog društveni utjecaj koji donosi. Kulturni turizam može pomoći u jačanju identiteta, poboljšati međukulturno razumijevanje i očuvati baštinu i kulturu nekog područja. Kulturni turizam također može imati pozitivne gospodarske učinke.⁵

⁴Gržinić, J.: Kulturni turizam, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, 2014., str. 17.

⁵Jelinčić, D.: Abeceda kulturnog turizma, Meandarmedia, Zagreb, 2008., str. 46.

Turisti koji posjećuju neko područje kako bi saznali više o kulturi ili koji posjećuju kulturne turističke atrakcije, poput muzeja ili izložbi, tijekom svog putovanja doprinose gospodarstvu tog područja. Atrakcije moraju biti popunjene osobljem, što sa sobom donosi izgled za zapošljavanje, a tercijarna poduzeća također mogu imati koristi, poput restorana, taxi tvrtki i hotela.

Neke od prednosti kulturnog turizma koje bi vladina i lokalna turistička tijela trebala biti svjesna uključuju sljedeće:

1. Kulturni turizam ima pozitivan gospodarski utjecaj na odredište i može pomoći zajednicama kojima nedostaje napredovanja.
2. Novac koji donosi ovaj oblik turizma može se koristiti u lokalnim zajednicama za opće dobro.
3. Pomaže u očuvanju lokalne kulture, a zajednicama omogućuje da istaknu jedinstvenost svoje kulture kako bi je razlikovali od drugih lokacija.
4. Pomaže destinacijama da se same plasiraju i ravnopravno konkuriraju konkurentnijim mjestima.⁶

Osobno mislim da je jedna od najvažnijih prednosti kulturnog turizma obrazovni aspekt. Turisti i domaćini mogu saznati više o različitim načinima života. To može pomoći u proširenju uma, može pomoći u drugačijem razmišljanju i objektivnosti. To su kvalitete koje mogu imati mnoge pozitivne učinke na osobu i koje mogu pridonijeti tome da ih u budućnosti učine konkurentnijim kandidatima za zaposlenje.⁷

⁶Isto, str. 47.

⁷Kombol, T.: Kulturno nasljeđe i turizam, HAZU, Varaždin, 2006., str. 39.

2.2. Popularne zemlje za kulturni turizam

Kako zemlje shvaćaju važnost kulturnog turizma i načina na koji on može potaknuti lokalno gospodarstvo, usredotočuju se na izgradnju gradova i mjesta koja mogu privući inozemne posjetitelje da dožive i uživaju u kulturi kao nikada prije. Nema sumnje da Francuska vodi polje kulturnog turizma, a Pariz je središte europske kulture. Ljudi iz cijele Europe, Azije, Bliskog istoka i Amerike posjećuju Pariz radi maloprodajne terapije na Elizejskim poljanama. Ljudi obično dolaze posjetiti Eiffelov toranj, katedralu Notre Dame, provesti vrijeme u Louvru i uživati u Slavoluku pobjede. Također, Pariz je i dom gastronomije i umjetnosti.⁸

I Kina je prepuna povijesti i tradicija koje su fascinantne i privlačne. Mnogi inozemni posjetitelji, osobito iz SAD -a, Velike Britanije, Europe i Australije, okupili su se u Šangaju. To je globalno financijsko središte i najveći je grad u zemlji. To je najbolje mjesto za doživljaj povijesti i kulture ovog naroda. Posjetitelji mogu uživati u laganoj šetnji Bundom, upoznati lokalnu povijest u Šangajskom muzeju i uživati u miru u vrtu Yu. Postoje brojne umjetničke galerije i restorani koji mogu popuniti vrijeme između ovih kulturnih atrakcija.⁹

Turska je uvijek bila na čelu kulturnog turizma, posebno Istanbul. Neka od najboljih mjesta za uživanje u kulturnom iskustvu uključuju Aja Sofiju, palaču Topkapi, džamiju sultana Ahmeda i Bospor. Čak i kupnja i pregledavanje Velikog bazara mogu biti kulturno iskustvo. Istanbul fascinira ljubitelje kulture iz Azije, Velike Britanije, Europe, Australije, Kanade i SAD -a. Ljudi odlaze tamo provjeriti arhitekturu i naučiti o Osmanskom carstvu.¹⁰

⁸Gržinić, J., nav. dj., str. 65.

⁹Dujmović, M., nav. dj., str. 48.

¹⁰Isto.

Kulturni turizam je nepotpun bez posjeta Indiji, zemlji Gangesa, Taj Mahala, Varanasija i Qutub Minara. Svaki grad u Indiji posjetiteljima nudi jedinstveno kulturno iskustvo. Ukoliko ljudi žele iskusiti vjersku ili povijesnu kulturu, Indija ima puno za ponuditi. To je jedan od primarnih razloga zašto ljudi iz cijelog svijeta posjećuju Indiju. Mogu posjetiti Varanasi kako bi iskusili hinduizam ili proveli vrijeme u Bodh Gayi, malenom zaseoku u Biharu gdje je Buda postigao prosvjetljenje. Umijeće tkanja u Rajasthanu i tkanje saree u Andhra Pradeshu također nude uvid u lokalnu kulturu.

Pored navedenih svjetski poznatih zemalja, u nastavku ću se osvrnuti na kulturni turizam Hrvatske.

2.2.1. Kulturni turizam Hrvatske

Hrvatska ima ogroman kulturni i turistički potencijal. Zapadna obala poluotoka Istre ima nekoliko povijesnih gradova koji datiraju iz rimskog doba, poput grada Umaga, koji je domaćin godišnjeg ATP teniskog turnira Croatia Open na terenima crvene zemlje. Grad Poreč poznat je po Eufrazijevoj bazilici pod zaštitom UNESCO-a koja uključuje mozaike iz 6. stoljeća koji prikazuju bizantsku umjetnost. Na gradskom planu i dalje je prikazana struktura starog rimskog Castruma s glavnim ulicama Decumanus i Cardo Maximus koje su još uvijek očuvane u izvornom obliku. Pula ima jedan od najbolje očuvanih amfiteatra na svijetu, koji se i dalje koristi za festivale i događaje. Okružen je hotelskim kompleksima, odmaralištima, kampovima i sportskim sadržajima. U blizini se nalazi nacionalni park Brijuni.¹¹

Nekadašnji mletački otočni gradovi Rab i Lošinj popularna su turistička odredišta. Otok Rab bogat je kulturnom baštinom i kulturno-povijesnim spomenicima. Otok Hvar nudi razne kulturno umjetničke događaje u okviru Hvarskih ljetnih igara koje se odvijaju cijelo ljetno, od kraja lipnja do kraja rujna. Ti događaji uključuju koncerte klasične glazbe u izvedbi domaćih i inozemnih umjetnika te

¹¹Magaš, D.: Razvoj hrvatskog turizma, Adamić, Rijeka, 2000., str. 58.

nastupe amaterskih skupina s Hvara. Galerija moderne umjetnosti na Hvaru nalazi se u zgradi Arsenala, u predvorju povijesnog kazališta Hvar. Stari grad Trogir nalazi se na UNESCO -voj listi svjetske baštine i sadrži mješavinu utjecaja iz helenističkog razdoblja, Rimljana i Mlečana sa svojom grčkom arhitekturom, romaničkim crkvama, renesansnim i baroknim građevinama.¹²

Trogir je najbolje očuvani romaničko-gotički kompleks u srednjoj Europi. Srednjovjekovna jezgra Trogira, okružena zidinama, sastoji se od očuvanog dvorca i kule palača iz razdoblja romanike, gotike, renesanse i baroka. Najveća trogirski zgrada je katedrala sv. Lovre. Jedno od najpoznatijih hrvatskih turističkih mjesta je utvrđeni grad Dubrovnik sa svojom renesansnom kulturom. Vrhunac je palača Sponza koja datira iz 16. stoljeća i trenutno se koristi za smještaj Nacionalnog arhiva. Knežev dvor je gotičko-renesansna građevina koja je sada muzej. Njegovo je pročelje prikazano na naličju hrvatske novčanice od 50 kuna , izdane 1993. i 2002. godine.¹³

Najpoznatija dubrovačka crkva je crkva sv. Vlaha, sagrađena u 18. stoljeću u čast dubrovačkog zaštitnika. Dubrovačka barokna katedrala čuva relikvije svetog Vlaha. Gradski dominikanski samostan izvana podsjeća na tvrđavu, ali unutrašnjost sadrži muzej umjetnosti i gotičko-romaničku crkvu. Ovo su samo neka od popularnih odredišta kulturnog turizma na području Hrvatske. Hrvatska zaista ima mnogo odredišta, kao i veliki potencijal da kulturni turizam razvije još više.¹⁴

2.3. Pozitivni i negativni učinci kulturnog turizma

Neka odredišta potaknut će oživljavanje lokalnih kultura i umjetnosti. To može biti u obliku muzejskih izložbi, na način na koji su uređeni restorani i trgovine te u ponudi zabave, na primjer. To bi moglo pomoći u promicanju tradicija koje su možda

¹²Tomljenović, R.: Hrvatski turizam, plavo, bijelo, zeleno, Institut za Turizam, Zagreb, 2006.

¹³Boranić Živoder, S., Tomljenović, R.: Akcijski plan razvoja kulturnog turizma, Institut za turizam, Zagreb, 2015., str. 25.

¹⁴Magaš, D., nav. dj., str. 67.

postale daleke i rijetko se koriste. Mnogi će turisti posjetiti odredište posebno kako bi vidjeli njegovu lokalnu baštinu. Zbog toga će se mnoge destinacije potruditi očuvati svoju baštinu.¹⁵

To bi moglo uključivati postavljanje ograničenja broja turista, ako je potrebno. Ovo je često primjer pažljivog planiranja turizma i održivog upravljanja turizmom. Daje lokalnom stanovništvu priliku da financijski profitira od svoje kulturne baštine i na taj način je cijeni očuva, a s druge strane daje posjetitelju priliku da proširi svoje osobne vidike. Stoga kulturni turizam može pomoći u jačanju identiteta, poboljšanju međukulturnog razumijevanja i očuvanju baštine i kulture nekog područja.¹⁶

No, kao i svaki oblik turizma, i kulturni turizam ima negativne strane. Mogu postojati negativni učinci na lokalno stanovništvo, poput stvaranja nestabilnosti lokalnog gospodarstva, povećanja troškova života lokalnog stanovništva, povećanja zagađenja ili stvaranja ekoloških problema. Lokalno se gospodarstvo također može destabilizirati zbog brzih promjena u veličini stanovništva.¹⁷

¹⁵Dujmović, M., nav. dj., str. 51.

¹⁶Isto.

¹⁷Petrić, L.: Upravljanje turističkom destinacijom, Ekonomski fakultet Split, Split, 2011., str. 48.

3. MUZEJI U FUNKCIJI RAZVOJA TURISTIČKE DESTINACIJE

Kroz ovo poglavlje prvenstveno će se definirati sam pojam muzeja i njihova uloga u turizmu te će se naglasak staviti na prikaz muzeja u Hrvatskoj i njihov utjecaj na turizam, kao i na prikaz nekih od najpoznatijih svjetskih muzeja koji doprinose razvoju turizma u velikoj mjeri.

3.1. Definiranje pojma muzeja i njihov utjecaj na turizam

Muzeji se mogu definirati kao neprofitne ustanove koje se nalaze u službi društva i njegova razvoja. To su institucije koje su otvorene za širu javnost, stječu, istražuju, čuvaju, komuniciraju te izlažu, kako materijalnu tako i nematerijalnu baštinu čovječanstva. Suvremeni muzeji imaju svrhu prikupljanja, tumačenja, čuvanja te prikazivanja predmeta koji su od kulturnog, umjetničkog ili znanstvenog značaja za obrazovanje javnosti. Može se reći kako su muzeji, kao i ostale kulturne ustanove veoma popularne destinacije za posjetitelje.¹⁸

Kada se govori o muzejskoj građi, može se reći da nju predstavljaju muzejski predmeti koji su organizirani u zbirke prema mnogim kriterijima. Te podjele prema kriterijima mogu biti prema razdoblju nastanka, materijalu, autoru, teritoriju, temi, stilskim obilježjima, znanstvenoj disciplini, tehnici i slično.¹⁹

Kako se kulturni turizam razvijao te naravno kako se nastavlja razvijati, muzeji su doprinijeli ažuriranju turističkog tržišta i povećanju prihoda, broju posjeta te istodobno jačaju ulogu institucija koje prikazuju kulturu, povijest i suvremeni život društva. To je vrijeme i za male i velike muzeje, jer posjetitelji podjednako vole obilaziti obje vrste muzeja.²⁰

¹⁸Fleming, D.: The Museum as Social Enterprise, Intercom, Taipei, 2006., str. 25.

¹⁹Isto.

²⁰Stephen, A.: The Contemporary Museum and Leisure: Recreation as a Museum Function, Museum Management and Curatorship, 19(3), 2001., str. 297-308.

Može se slobodno reći kako muzejski stručnjaci imaju uvjerenje da je primarna svrha osnivanja muzeja bila obrazovanje i učenje, istraživanje te prikupljanje materijalne i nematerijalne imovine koja predstavlja društvo. No, međutim muzeji imaju i drugačiju ulogu, tj. imaju značajnu ekonomsku ulogu. Sve više institucija je shvatilo kako muzeji ostvaruju sve veću vrijednost zajednici posebice privlačenjem sve većeg broja posjetitelja, posebice posjetitelja koji uživaju u kulturnoj baštini. Postali su ključni partneri u turističkoj industriji, te važan dio kreativne i kulturne industrije. Tako se uloga muzeja u 21. stoljeću diversificirala.²¹

Kultura je postala ključni čimbenik u natjecanju među gradovima za privlačenje posjetitelja i važan dio gospodarstva zasnovanog na uslugama. Fenomen kulturnog turizma privukao je veliku pozornost. Lord je rekao da je kulturni turizam identificiran kao rastući sektor turističke industrije. Kako je potražnja za kulturnim turizmom rasla, muzeji su postali važni partneri u turističkoj industriji, a sada se veći naglasak stavlja na njihovu funkcija razonode.²²

Muzeji posjeduju mnoga obilježja, kao što su bogate konotacije, fleksibilno radno vrijeme, brojne izložbene objekte, trgovine te restorane koji predstavljaju idealno mjesto za zadovoljavanje svih potreba posjetitelja. Također, muzeji ostvaruju suradnju s turističkom industrijom na nekoliko načina, kao npr. Pokretanjem kooperativnih poduhvata s drugim kulturnim institucijama, mjestima zabave, podržavanjem lokalnih festivala i slično. Ako se gleda s ekonomskog stajališta, muzeji predstavljaju kulturne proizvode koji privlače mnoge posjetitelje.²³

Muzeji, kao kulturne institucije, postali su katalizatori razvoja grada i pojačali moć lokalnog gospodarstva. Ekonomska korist koju lokalnom gospodarstvu donosi muzejski sektor sada se priznaje, a muzeji se osjećaju sposobnijim zatražiti javnu potporu i subvencije lokalnih vlasti. Ova gospodarska korist također privlači

²¹Heilbrun, J., Gray, C. M.: The Economics of Art and Culture, Cambridge University Press, Cambridge, 2001.

²²Lord, B.: Cultural Tourism and Museums, LORD Cultural Resources Planning & Management Inc, 2002., str. 35.

²³Fleming, D., nav. dj., str. 53.

pozornost upravitelja muzeja i ekonomskih stručnjaka. Myerscough i sur. istaknuli su da su muzeji, kao kulturne institucije, temeljni blok gospodarskog razvoja u mnogim gradovima, ključni za njihovu promicanje turističke industrije.²⁴

Ekonomske koristi izravno su povezane s imidžom kulturnih turista: oni su obrazovaniji i zarađuju više od ostalih turista, pa troše više po posjetu i u prosjeku ostaju dulje. Kada turisti posjećuju muzej u okolici, obično jedu, piju, pa čak i ostaju u destinaciji. Policy Institute (PSI) vjeruje da muzeji mogu potaknuti gospodarski rast u regiji privlačeći turiste da troše na ulaznice, hotele, kupovinu i restorane.²⁵ Ta pozitivna korist za lokalno gospodarstvo naziva se ekonomski utjecaj. Mjerenjem ekonomskog učinka može se otkriti veličina beneficije, nudeći snažne dokaze koji će uvjeriti javnost da podrži ove muzeje. Ukratko, ekonomski utjecaj koji muzeji imaju na svoje lokalne zajednice važan je. Iako su neke koristi slučajne, njihovi učinci su dalekosežni.

3.2. Muzeji i njihov utjecaj na turizam Republike Hrvatske

Kada se govori o muzejima u Hrvatskoj može se reći da je središnja točka muzejske zajednice Muzejski dokumentacijski centar (MCD) koji je osnovan 1995. godine kao komunikacijska, dokumentacijska i informacijska točka hrvatske mreže muzeja. Kada se govori o osnivanju prvih muzeja u Hrvatskoj, može se reći da se oni osnivaju početkom 19. stoljeća. To je bio arheološki muzej, dok se od 1802. godine uređuje lapidarij u Augustovom hramu u Puli, a 1820. godine dolazi do osnivanja arheološkog muzeja Splitu. U samom početku su dominirali arheološki muzeji, dok su prve galerije osnivane sredinom 19. stoljeća te je jedna od prvih bila Strossmayerova galerija u Zagrebu 1868. godine, koja je danas poznata kao Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti.²⁶

²⁴Myerscough, J. i sur.: The Economic Importance of the Arts in Britain, Policy Studies Institute, London, 1988., str. 18.

²⁵Lord, B., nav. dj., str. 38.

²⁶Maroević, I.: Uvod u muzeologiju, Zavod za informacijske studije, Zagreb, 1993., str. 23.

Kada se govori o nacionalnim muzejima, može se reći kako je prvi nacionalni muzej osnovan u Zadru 1832. godine poznat kao Narodni muzej s uzorcima starina, prirodnih znanosti i slično, dok je nekoliko godina kasnije, točnije 1846. godine osnovan i Narodni muzej u Zagrebu. Prvi etnografski muzej osnovan je na području Splita 1910. godine, dok je 1922. godine otvoren Etnografski muzej u Zagrebu. Kao i ostali, tako se i prirodoslovni muzeji osnivanju i razvijaju u 19. stoljeću. Tijekom 20. stoljeća vrhunac su doživjele galerije, pa je tako na području Zagreba 1905. godine osnovana Moderna galerija hrvatske likovne umjetnosti. Tijekom 1931. godine osnovana je i Galerija umjetnina u Splitu. Kada se govori o povijesnim muzejima, oni su se prvobitno razvijali u gradskim muzejima jer su brojni gradovi u Hrvatskoj poznati kao čuvari kulturne povijesti, pa je tako u Osijeku osnovan 1877. godine, u Dubrovniku 1872. godine, Rijeci 1889. godine, Zagrebu 1907. godine i slično. Tijekom 20. stoljeća arheološki muzeji u Hrvatskoj su dobili na značaju, pa je tako u Puli 1930. godine osnovan Arheološki muzej Istre. Tijekom 1954. godine u Zagrebu je osnovan Tehnički muzej.²⁷

U današnje vrijeme na području Hrvatske postoji 225 muzeja, muzejskih zbirki i galerija s oko 6.000.000 predmeta.²⁸ Prema posljednjim podacima Muzejskog dokumentacijskog centra, najviše posjetitelja tijekom 2020. godine imao je Arheološki muzej u Istri, točnije 163.657 posjetitelja, dok za njim slijede Muzeji Hrvatskog zagorja, točnije Muzej krapinskih neandertalaca, Dvor Veliki Tabor, Galerija Antuna Augustinčića, Muzej "Staro selo" Kumrovec te Muzej seljačkih buna s 91.274 posjetitelja. Na trećem mjestu se nalazi Galerija Klovićevi dvori u Zagrebu s 75.722 posjetitelja.²⁹ Kroz tablicu 1. prikazani su muzeji prema tipu i vrsti.

²⁷ Isto.

²⁸ Muzejski dokumentacijski centar, dostupno na: <http://www.mdc.hr/hr/mdc/o-nama/mdc-danas/>, (30.01.2022.)

²⁹ Muzejski dokumentacijski centar: Statistika hrvatskih muzeja, dostupno na: <https://mdc.hr/hr/muzeji/muzejska-statistika/statistika-hrvatskih-muzeja/>, (30.01.2022.)

Tablica 1. Muzeji prema tipu u vrsti u Republici Hrvatskoj

Tip i vrsta muzeja	Postotak zastupljenosti
Opći muzeji	41%
Specijalizirani muzeji	49%
Muzejske zbirke	9%
Stalne muzejske zbirke	1%

Izvor: Registar muzeja, galerija i zbirki u RH, Muzejski dokumentacijski centar, dostupno na:

https://mdc.hr/files/file/muzeji/statistika/Statisti%C4%8Dki%20pregled%20za%202020_MDC.pdf, (31.01.2022)

Muzeji prema tipu i vrsti dijele se na opće muzeje (41%), zatim specijalizirane koji se dijele na arheološke (6%), etnografske (5%), povijesne (6%), prirodoslovne (3%), tehničke (1%), umjetničke (19%) i ostale (10%), potom na muzejske zbirke (9%) te stalnu muzejsku izložbu. Među općim muzejima, prema vrsti 44 su zavičajna dok su 33 gradska muzeja.³⁰

Nakon što su se prikazali tipovi i vrste muzeja na području Republike Hrvatske, kroz tablicu 2. prikazuju se vrste muzeja u glavnom gradu, tj. Zagrebu.

³⁰Registar muzeja, galerija i zbirki u RH, Muzejski dokumentacijski centar, dostupno na: https://mdc.hr/files/file/muzeji/statistika/Statisti%C4%8Dki%20pregled%20za%202020_MDC.pdf, (31.01.2022)

Tablica 2. Muzejska djelatnost u gradu Zagrebu

Muzej	Vrsta	Djelokrug	Osnivač	Godina osnutka
Arheološki muzej	Specijalizirani muzej - arheološki	Državni	Grad	1846.
Etnografski muzej	Specijalizirani muzej - etnografski	Državni	Grad	1919.
Hrvatski povijesni muzej	Specijalizirani muzej - povijesni	Državni	Grad	1846.
Hrvatski prirodoslovni muzej	Specijalizirani muzej - prirodoslovni	Državni	Grad	1846.
Hrvatski školski muzej	Specijalizirani muzej - školski	Državni	Grad	1901.
Lovački muzej	Specijalizirani muzej –lovački	Državni	Grad	1954.
Muzej i radionica Franje Schneidera	Specijalizirani muzej	Državni	Grad	1983.
Muzej iluzija	Specijalizirani muzej	Privatni		2015.

Muzej Mimara	Specijalizirani muzej	Državni	Grad	1987.
Muzej grada Zagreba	Opći muzej-gradski	Lokalni	Grad	1907.
Muzej Prigorja	Opći muzej-zavičajni	Lokalni	Grad	1977.
Tiflološki muzej Zagreb	Specijalizirani muze	Državni	Grad	1953.
Muzej suvremene umjetnosti	Specijalizirani muzej - umjetnički	Državni	Grad	1954.
Muzej za umjetnost i obrt	Specijalizirani muzej - umjetnički	Državni	Grad	1880.
Tehnički muzej Nikola Tesla	Specijalizirani muzej - tehnički	Državni	Grad	1954.
Muzejsko-memorijalni centar Dražen Petrović	Specijalizirani muzej - sportski	Državni	Grad	2006.

Izvor: Grad Zagreb: Muzejska djelatnost, dostupno na:

<https://www.zagreb.hr/muzejska-djelatnost/619>, (16.02.2022.)

Kroz tablicu 2. prikazano je 16 najpoznatijih muzeja na području grada Zagreba. Najveći broj muzeja pripada specijaliziranim muzejima, točnije njih 14, dok su dva muzeja opća, a to su muzej grada Zagreba i muzej Prigorja. Najraniji

osnovani muzej je iz 1846. godine, dok je posljednji, točnije Muzej iluzija otvoren 2015. godine, koji je ujedno i jedini privatni muzej prikazan u tablici.

Može se reći da muzeji u Hrvatskoj uistinu doprinose razvoju turizma. Naime, sve muzejske institucije postaju resursi kada se na njih gleda kao na ponudu destinacije. Oni su integrani dio povijesnih, prirodnih i kulturnih lokaliteta. Kao jedan od pozitivnih primjera utjecaja muzeja na turizam Hrvatske može se navesti manifestacija "Noć muzeja" koja uključuje suradnju galerija, muzeja, kao i drugih institucija koje su srodne u kulturi. Svake godine privlači sve veći broj, dok je 2016. godine ovu manifestaciju posjetilo čak 340.000 posjetitelja. Osim u velikim gradovima, noć muzeja je također uspješno održana i na otocima Hvaru, Braču, Krku, Rabu i Malom Lošinju.³¹ Može se zaključiti kako su muzeji zaista važan prediktor za razvoj urbanog, a posebice kulturnog turizma.

3.3. Primjeri muzeja koji imaju važnu ulogu u razvoju turizma

Tzv. „muzeji superzvijezde“ svjedoče o sve važnijoj ulozi muzeja u turizmu. Ove vrste muzeja imaju veoma značajnu ulogu kada se govori o gospodarskom utjecaju na turističku destinaciju u kojoj se nalaze. Stoga, u nastavku rada se prikazuju četiri najpoznatija muzeja „superzvijezde“ u svijetu, te najpopularniji muzej u Republici Hrvatskoj. Ovi muzeji su posebice važni jer imaju snažan utjecaj na turizam, odnosno utječu na poboljšanje turizma privlačenjem velikog broja posjetitelja.

3.3.1. Nacionalni muzej palače u Taipeiju

Smješten u gradu Taipei, Muzej nacionalne palače prikazuje najveću i najrjeđu zbirku tradicionalnih kineskih umjetničkih zanata i povijesnih dokumenata na svijetu. Ovo neprocjenjivo blago uključuje drevne kineske slike, arheološke ostatke brončanog oružja, keramiku, žad, skulpture, knjige i druge antikvitete. S više

³¹Noć muzeja, dostupno na: <http://nocmuzeja.hr/>, (31.01.2022.)

od 700.000 izloženih predmeta, od kojih su mnogi nekada pripadali Zabranjenom gradu u Pekingu. Muzej nacionalne palače uistinu odražava bogatu kulturnu baštinu kineske civilizacije i drevne kineske kulture.

Slika 1. Nacionalni muzej palače u Taipeiju



Izvor: <https://www.tickets.com/en/national-palace-museum-tickets-1150399/>,

(22.01.2022.)

Muzej nacionalne palače osnovan je 1925., a proširen je i preuređen 1965. Muzej sada ima veličanstvenu vanjštinu s krovovima od crijepa i vratima od mjeseca. Muzej Nacionalne palače trenutno je glavni čuvar kineskih artefakata i kineskih kulturnih predmeta na turneji po Tajvanu. Muzej nacionalne palače nudi obilaske s vodičem na 7 različitih jezika, a to su engleski, kineski, francuski, njemački, španjolski i korejski. U muzeju se redovito održavaju razna istraživanja, govori i obilasci. Također je objavio 130 vrsta časopisa, časopisa, slika itd. kako bi olakšao i unaprijedio propagiranje kineske tradicije i kulture. Muzej nacionalne palače

iznimno je popularno mjesto za obilazak stranaca koji posjećuju Taipei. ³² Na slici 1. prikazan je Nacionalni muzej palače u Taipeiju.

3.2.2. Guggenheimov muzej u Bilbao

Guggenheim Bilbao je muzej moderne i suvremene umjetnosti i svjetski poznata arhitektonska znamenitost u Bilbao, najvećem gradu Baskije u sjevernoj Španjolskoj. Ideja koja stoji iza stvaranja Guggenheim Bilbao bila je da bi bilo moguće pomladiti grad pomoću velikog kulturnog projekta, razvijenog kroz suradnju između javne institucije (baskijska vlada) i privatne organizacije (Solomon R. Guggenheim Foundation), javna strana daje financiranje i mjesto za muzej, dok privatna strana osigurava upravljanje i skupinu umjetničkih djela na posudbi koja čini jezgru nove muzejske zbirke. Rezultat je bio toliko pozitivan da je novi izraz Bilbao Effectje skovan da ukaže na sposobnost pozitivnog utjecaja na oslabljeno lokalno gospodarstvo kroz stvaranje velike kulturne institucije. Muzejska zbirka uglavnom je usmjerena na suvremene umjetnike 20. i 21. stoljeća.

Slika 2. Guggenheimov muzej u Bilbao



Izvor: <https://cms.guggenheim-bilbao.eus/uploads/2019/05/el-edificio-guggenheim-bilbao-1.jpg>, (23.01.2022.)

³²National Palace Museum, dostupno na: <https://www.npm.gov.tw/?l=2>, (23.01.2022.)

Uz izlaganje umjetničkih djela koja su dugoročno posuđena od Zaklade Guggenheim, Guggenheim Bilbao također sadrži veliki broj slika i skulptura koje je nabavio ili naručio od svog osnutka, uključujući radove Jean-Michela Basquiata, Anselma Kiefera, Willema de Kooninga, Robert Motherwell i slično. Muzejska zbirka također posvećuje posebnu pozornost modernim i suvremenim baskijskim i španjolskim umjetnicima. Muzej je u značajnoj mjeri doprinijeo razvoju turizma i povećao značajno broj posjetitelja što se naravno odražava pozitivno na gospodarstvo grada te predstavlja dobar imidž turističke destinacije.³³ Na slici 2. prikazan je Guggenheimov muzej u Bilbao.

3.3.3. Tate Modern u Londonu

Tate Modern je dragulj u kruni modernih umjetničkih galerija u Londonu. U njoj se nalazi nacionalna zbirka moderne umjetnosti od 1900. do danas. S 5,7 milijuna posjetitelja nalazi se u prvih deset najposjećenijih muzeja i galerija na svijetu. Zbirka sadrži remek-djela međunarodne i britanske moderne umjetnosti.

Slika 3. Tate Modern



Izvor: <https://cdn.britannica.com/39/136939-050-4EFA1B8D/Tate-Modern-London.jpg>, (23.01.2022.)

³³Isto.

Od Picassove “Tri plesačice”, preko Dalijeovog “Jesenskog kanibalizma”, preko Rothkovih “Murela Seagrama”, do Duchampove “Fontane”, do Parrenovog “Anywhen”. Tate Modern je jedno mjesto za ljubitelje moderne umjetnosti. Tate Modern ima inovativan način prikazivanja umjetničkih djela, prema temama, a ne kronologiji. Umjetnost 21. stoljeća može se vidjeti sljedećim radovima s početka 20. stoljeća sve dok je u skladu s temom. Zbog toga dolazi do čestih promjena izloga i teško je jamčiti da će određena umjetnička djela biti dostupna u vrijeme posjete. Teme se također mijenjaju s vremena na vrijeme.³⁴ Slika 3. prikaz Tate Modern u London.

3.3.4. Muzejski kvart u Beču

Muzejski kvart u Beču poznat kao MuseumsQuartier jedna je od najvećih kulturnih četvrti na svijetu. Smješten na granici starog grada u nekadašnjim carskim ergelama, objedinjuje institucije različitih umjetničkih područja, restorane, kafiće i trgovine na površini od preko 60.000 četvornih metara u postmodernom ambijentu, spoju baroknih građevina i moderne arhitekture.³⁵

Slika 4. MuseumsQuartier



Izvor: https://gcdn.net/wp-content/uploads/2017/07/Test_vienna.png, (24.01.2022.)

³⁴Tate Modern, dostupno na: <https://www.tate.org.uk/visit/tate-modern>, (24.01.2022.)

³⁵MuseumsQuartier, dostupno na: <https://www.mqw.at/en/about-us>, (24.01.2022.)

Nove ideje rastu iz povijesnih temelja. Izgrađena početkom osamnaestog stoljeća kao bečka carska konjušnica i proširena dodavanjem modernih zgrada kada je nastao MuseumsQuartier, mješavina barokne i suvremene arhitekture simbolizira osebujan karakter kompleksa. Danas je MuseumsQuartier platforma za vrhunsko umjetničko stvaralaštvo, nove diskurse i razmjenu ideja. MuseumsQuartier mjesto je susreta. Stranica je otvorena 24 sata, a ulaz je besplatan; nema vrata i nema barijera.³⁶ Slika 4. Prikaz MuseumsQuartiera.

3.3.5. Arheološki muzej u Zagrebu

Jedan od nepopularnijih kulturnih muzeja u Zagrebu je zasigurno arheološki muzej koji je osnovan 1864. godine. Muzej je smješten u Vranyczany-Hafner historicističkoj palači na području Zrinjevca. U ponudi muzej ima oko 460.000 predmeta koji su sistematizirani prema odgovarajućim zbirkama što je zaista impresivan broj. Zbirka prapovijesti predstavlja razvoj mnogih kultura još od paleolitičkog pa sve do mlađeg željeznog doba. Antička zbirka koju posjeduje muzej obiluje spomenicima iz grčke provincije te posjeduje također mnogobrojne rimske spomenike stranog, ali i domaćeg porijekla.³⁷

³⁶Isto.

³⁷Arheološki muzej, dostupno na: <https://www.infozagreb.hr/istrazi-zagreb/kultura/muzeji/arheoloski-muzej>, (25.01.2022.)

Slika 5. Arheološki muzej u Zagrebu



Izvor: https://www.infozagreb.hr/media/places/large_arheoloski-53d77bd5893db.jpg, (25.01.2022.)

Srednjovjekovna zbirka prikazuje kronološki sustav od razdoblja Seobe naroda pa sve do kasnog srednjeg vijeka, dok se Egipatska zbirka predstavlja jedinu vrstu u jugoistočnom dijelu Europe. Muzej također posjeduje bogatu knjižnicu koja ima više od 50.000 naslova stručne arheološke i srodne literature. Također, muzej ima značajan utjecaj za grad Zagreb u turističkom smislu. Sudjeluju u promoviraju Zagreba kao turističke destinacije, privlači velik broj posjetitelja što doprinosi i gospodarstvu države.³⁸ Slika 5. prikazuje arheološki muzej u Zagrebu.

Prethodno su prikazana četiri svjetska muzeja te jedan muzej u Republici Hrvatskoj koji imaju veoma značajan utjecaj na turizam. Ovi muzeji u velikoj mjeri doprinose razvoju turizma, promociju turističke destinacije, što ujedno rezultira i povećanjem broja posjeta i poboljšanjem gospodarstva države.

³⁸Isto.

4. ISTRAŽIVAČKI DIO

Kroz istraživanje, putem anketnog upitnika se ispituje znanje ispitanika o poznavanju kulturnog turizma, te njihovi stavovi o važnosti muzeja za razvoj turističke destinacije.

4.1. Uzorak i metodologija istraživanja

Ispitivanje je provedeno putem anketnog upitnika koji je služio kao instrument istraživanja. Upitnik je kreiran korištenjem opcija koje nudi Google+ te su dostupne na www.google.com. Pitanja u anketnom upitniku su uglavnom formirana kao zatvorena pitanja, točnije svako pitanje nudi konačan odgovor od kojih ispitanik bira jedno ili više njih. Statistička obrada podataka odrađena je pomoću programa Microsoft Excel. Dobiveni rezultati su iskazani relevantnim (%) frekvencijama te su pokrijepljeni grafikonima. U prvom dijelu anketnog upitnika ispituju se opći podaci ispitanika, dok je drugi dio baziran Likertovoj ljestvici od 1 do 5 (1- potpuno se slažem; 5 – uopće se ne slažem). U istraživanju je sudjelovala javnost, odnosno skupina od 150 ispitanika, od toga 82 ispitanika muškog spola te 68 ispitanika ženskog spola. Najčešći raspon godina ispitanika bio je između 18-30 zatim od 31-40.

4.2. Cilj i hipoteza istraživanja

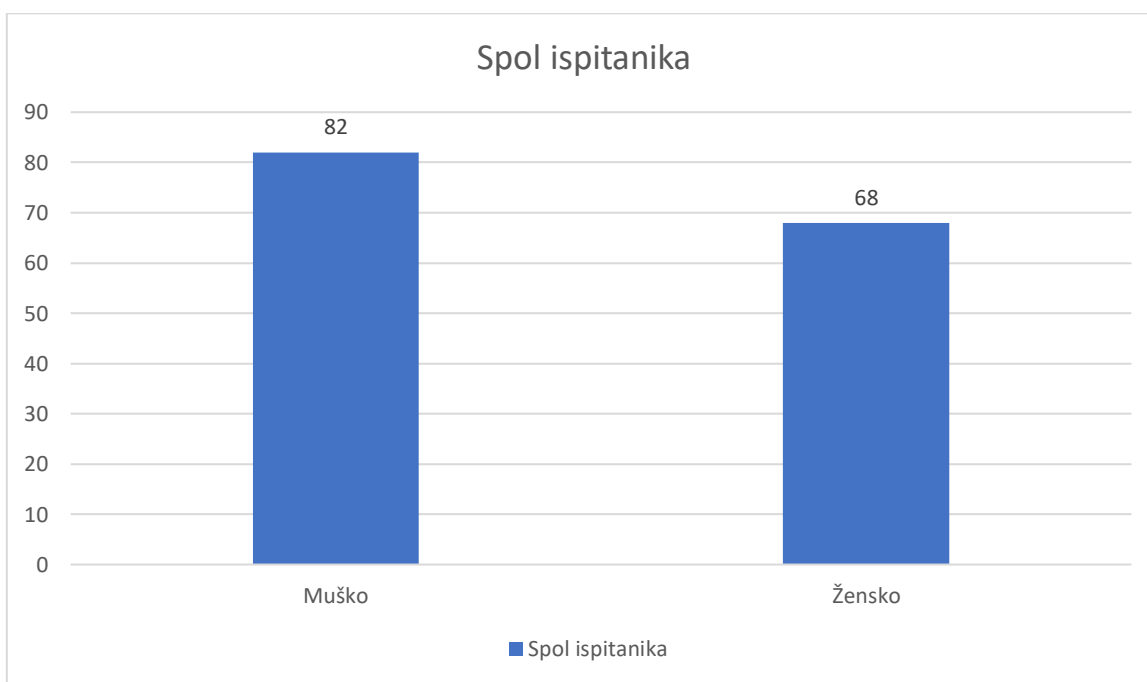
Putem anketnog upitnika cilj je istražiti znanja ispitanika o poznavanju kulturnog turizma te ispitati njihove stavove o važnosti muzeja za razvoj turističke destinacije. Sukladno cilju, postavljena je i temeljna hipoteza koja glasi:

H1: Muzeji imaju važnu ulogu u razvoju turističke destinacije i promociji kulturnog turizma.

4.3. Prikaz i interpretacija rezultata

Kroz prvi dio anketnog upitnika ispitali su se opći podaci ispitanika. U nastavku su prikazani odgovori ispitanika putem grafikona, kao i obrazloženje na svako pitanje.

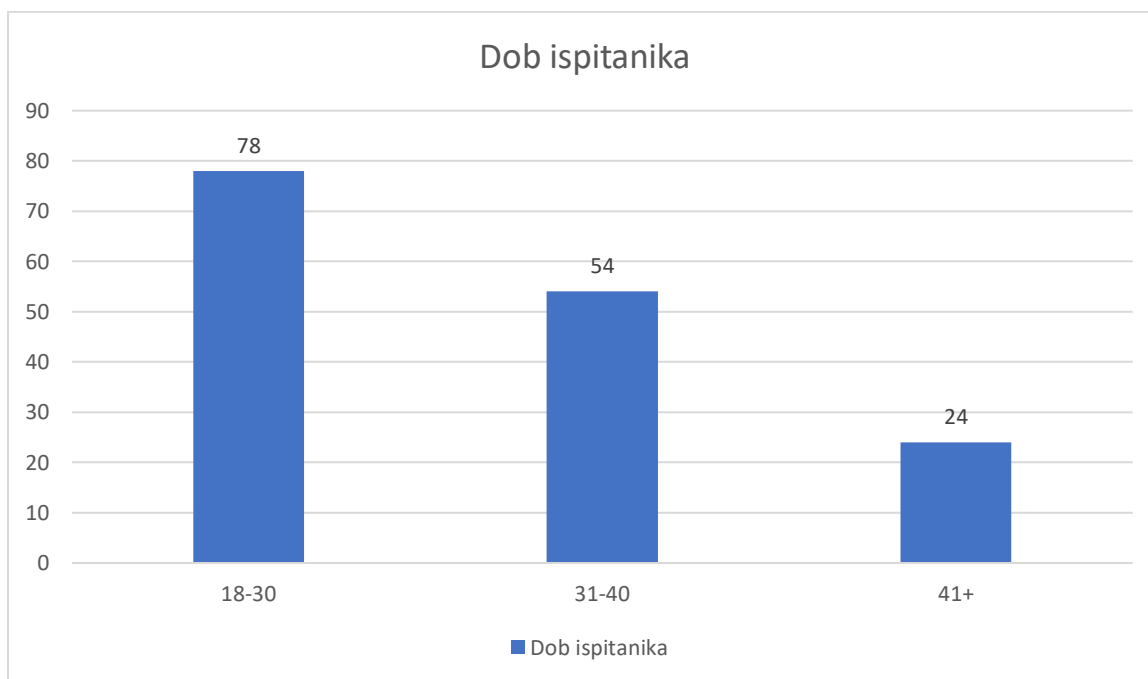
Grafikon 1. Spol ispitanika



Izvor: Izrada autorice na temelju vlastitog anketnog upitnika

Iz prikazanog grafikona 1. vidljivo je kako je anketni upitnik ispunilo ukupno 150 ispitanika, od toga 82 ispitanika (54,7%) muškog spola te 68 ispitanika (45,3%) ženskog spola.

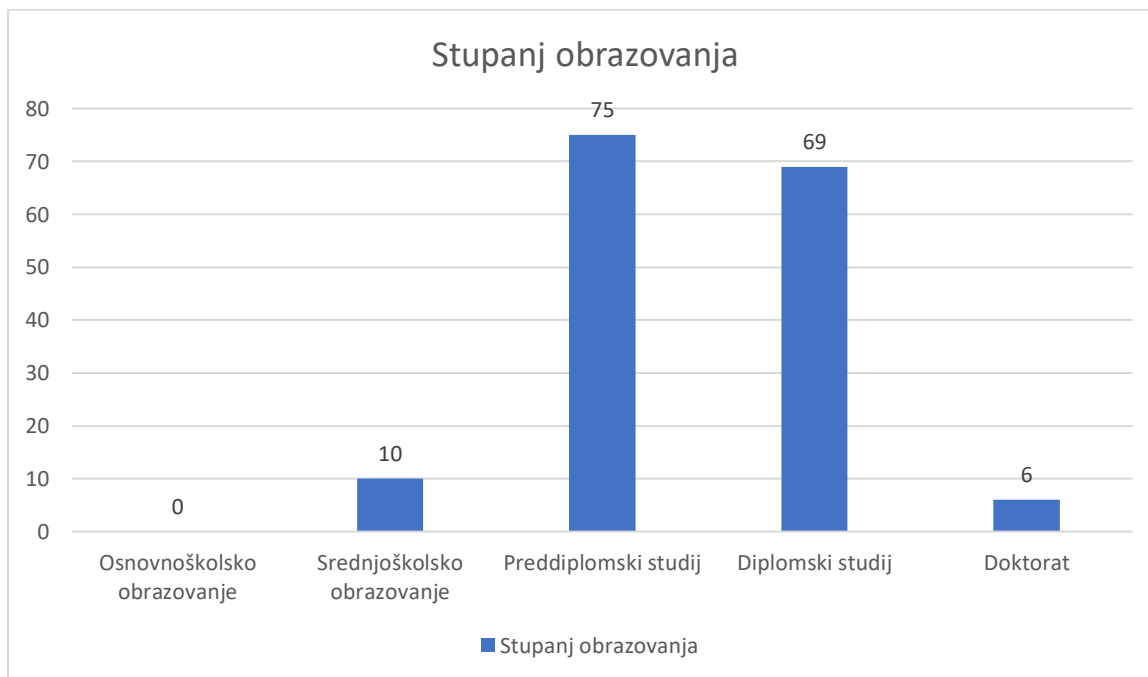
Grafikon 2. Dob ispitanika



Izvor: Izrada autorice na temelju vlastitog anketnog upitnika

Iz prikazanog grafikona 2. vidljivo je kako je najveći broj ispitanika, odnosno njih 78 (52%) pripada dobnoj skupini 18-30 godina, dok 54 ispitanika (36%) pripadaju dobnoj skupini 31-40 godina, a samo 24 ispitanika (16%) skupini 41+ godina.

Grafikon 3. Stupanj obrazovanja ispitanika

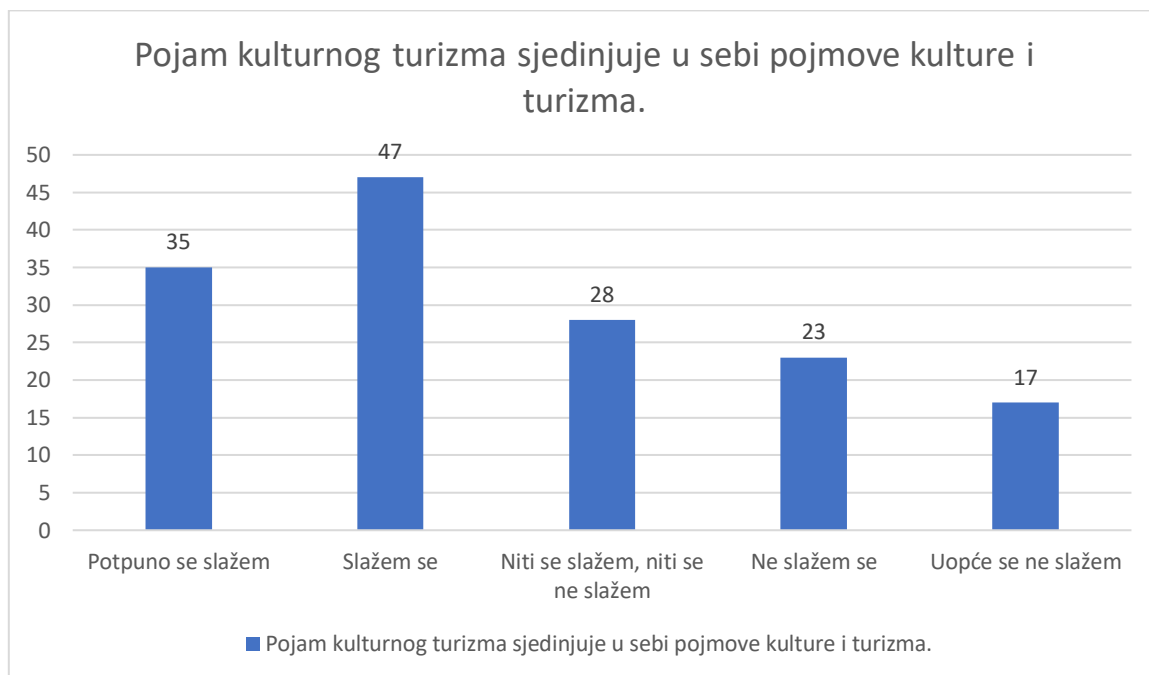


Izvor: Izrada autorice na temelju vlastitog anketnog upitnika

Iz prikazanog grafikona 3. vidljivo je kako je točno polovica ispitanika, odnosno njih 75 (50%) ima završen preddiplomski studij, dok 69 ispitanika (46%) ima završen diplomski studij. 10 ispitanika (6,7%) ima srednjoškolsko obrazovanje, a samo 6 ispitanika (4%) ima završen doktorat.

Kroz drugi dio anketnog upitnika, ispitanicima su prikazane tvrdnje na koje su ispitanici odgovarali putem Likertove ljestvice (1-potpuno se slažem; 5-uopće se ne slažem).

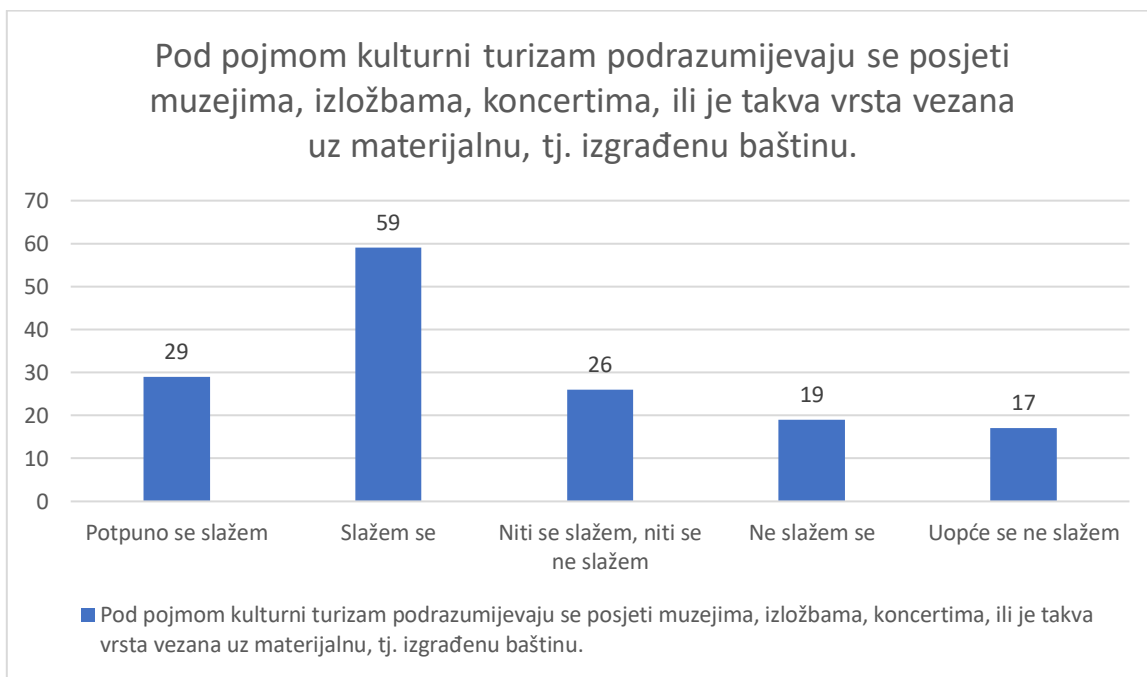
Grafikon 4. Odgovori ispitanika na 1. tvrdnju.



Izvor: Izrada autorice na temelju vlastitog anketnog upitnika

Iz grafikona 4. vidljivo je kako se najveći broj ispitanika, točnije njih 47 (31,3%) slaže s tvrdnjom da pojam kulturnog turizma sjedinjuje u sebi pojmove kulture i turizma, kao i 35 ispitanika (23,4%) koji se u potpunosti slažu. 28 ispitanika (18,7%) je navelo kako se niti slažu, niti ne slažu s tvrdnjom, dok su 23 ispitanika (15,3%) navela da se ne slažu s navedenom tvrdnjom, kao i 17 ispitanika (11,3%) koji se uopće ne slažu.

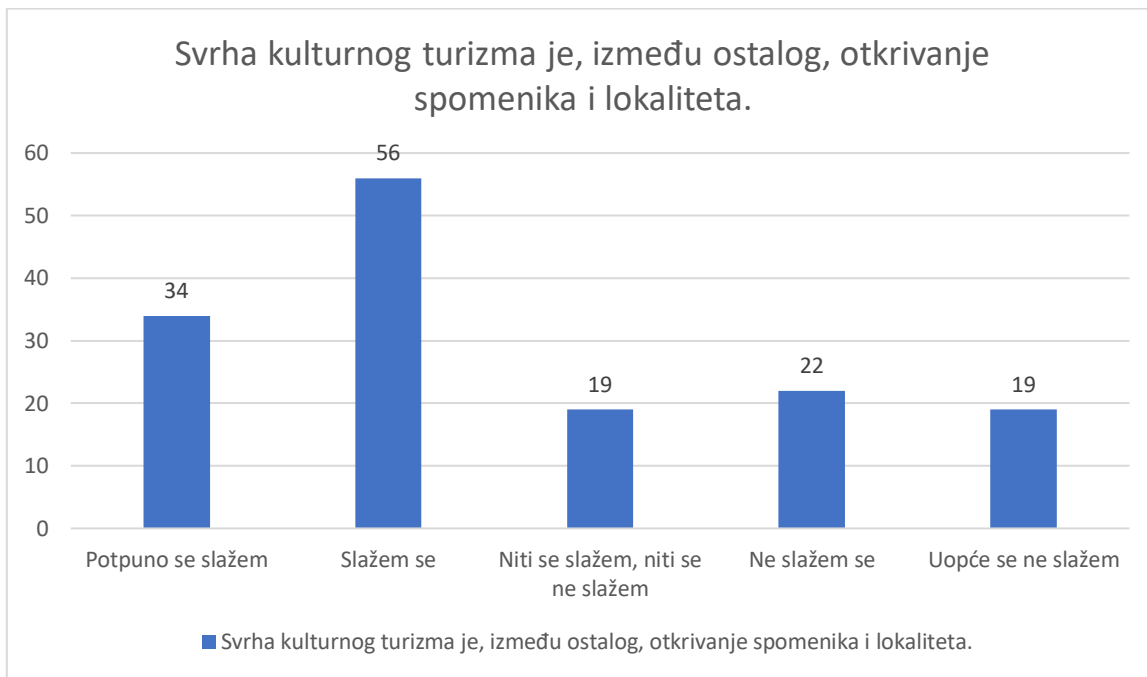
Grafikon 5. Odgovori ispitanika na 2. tvrdnju.



Izvor: Izrada autorice na temelju vlastitog anketnog upitnika

Iz grafikona 5. vidljivo je kako se najveći broj ispitanika, točnije njih 59 (39,3%) slaže s tvrdnjom da se pod pojmom kulturni turizam podrazumijevaju posjeti muzejima, izložbama, koncertima, ili je takva vrsta vezana uz materijalnu, tj. izgrađenu baštinu., kao i 29 ispitanika (19,4%) koji se u potpunosti slažu s tvrdnjom. 26 ispitanika (17,3%) navelo je kako se niti slažu niti ne slažu, dok je 19 ispitanika (12,7%) navelo da se ne slažu s navedenom tvrdnjom, kao i 17 ispitanika (11,3%) koji se uopće ne slažu.

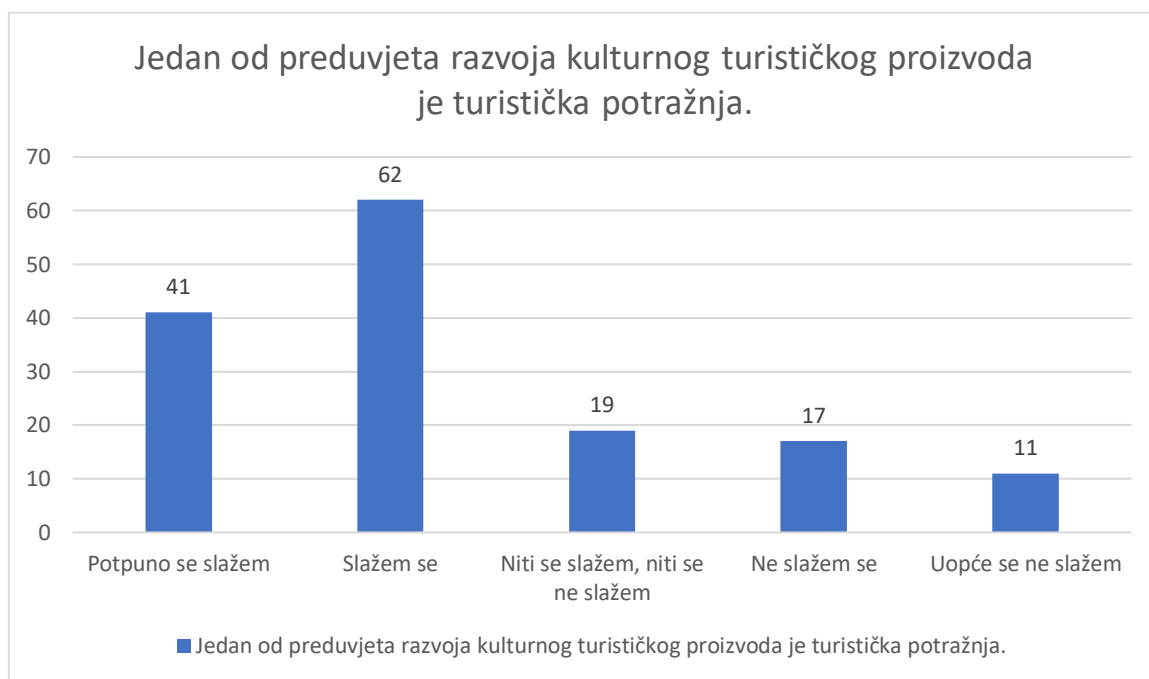
Grafikon 6. Odgovori ispitanika na 3. tvrdnju.



Izvor: Izrada autorice na temelju vlastitog anketnog upitnika

Iz grafikona 6. vidljivo je kako se najveći broj ispitanika, točnije njih 56 (37,3%) slaže s tvrdnjom da je svrha kulturnog turizma , između ostalog, otkrivanje spomenika i lokaliteta, kao i 34 ispitanika (22,7%) koja se u potpunosti slažu. 19 ispitanika (12,7%) je navelo kako se niti slažu, niti ne slažu, dok su 22 ispitanika (14,6%) navela da se ne slažu s tvrdnjom, kao i 19 ispitanika (12,7%) koji se u uopće ne slažu.

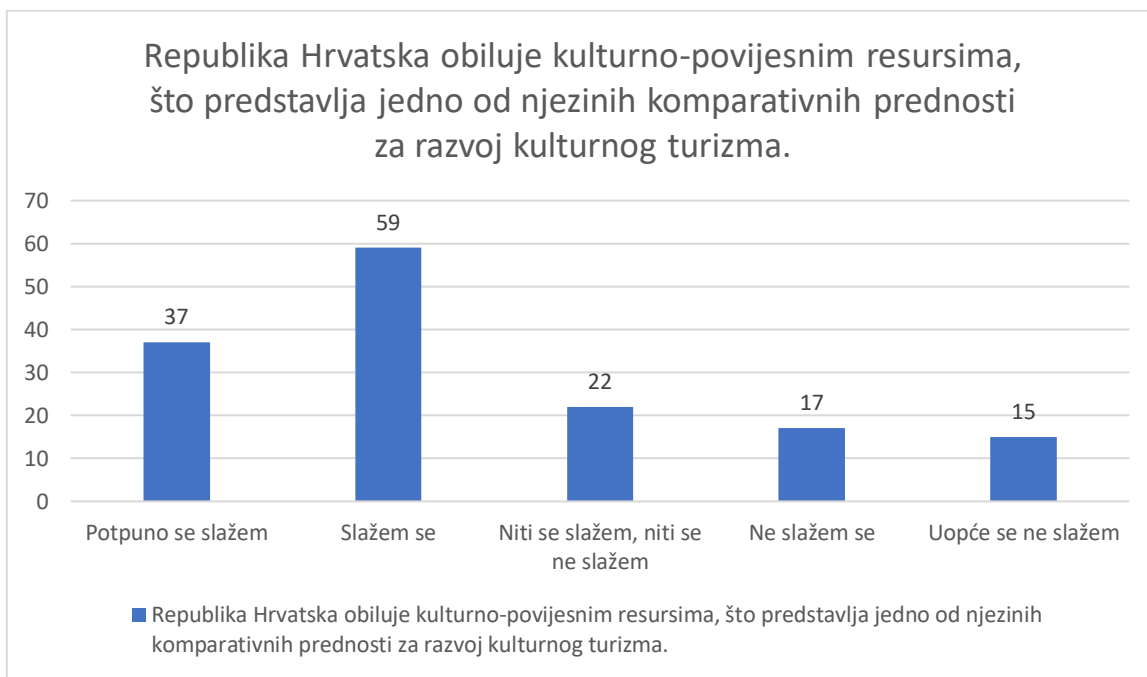
Grafikon 7. Odgovori ispitanika na 4. tvrdnju.



Izvor: Izrada autorice na temelju vlastitog anketnog upitnika

Iz grafikona 7. vidljivo je kako se najveći broj ispitanika, točnije njih 62 (41,3%) slaže s tvrdnjom da je jedan od preduvjeta razvoja kulturnog turističkog proizvoda turistička potražnja, kao i 41 ispitanik (27,3%) koji se u potpunosti slaže. 19 ispitanika (12,7%) je navelo kako se niti slažu, niti ne slažu, dok je 17 ispitanika (11,3%) navelo kako se ne slažu s tvrdnjom, kao i 11 ispitanika (7,4%) koji se uopće ne slažu.

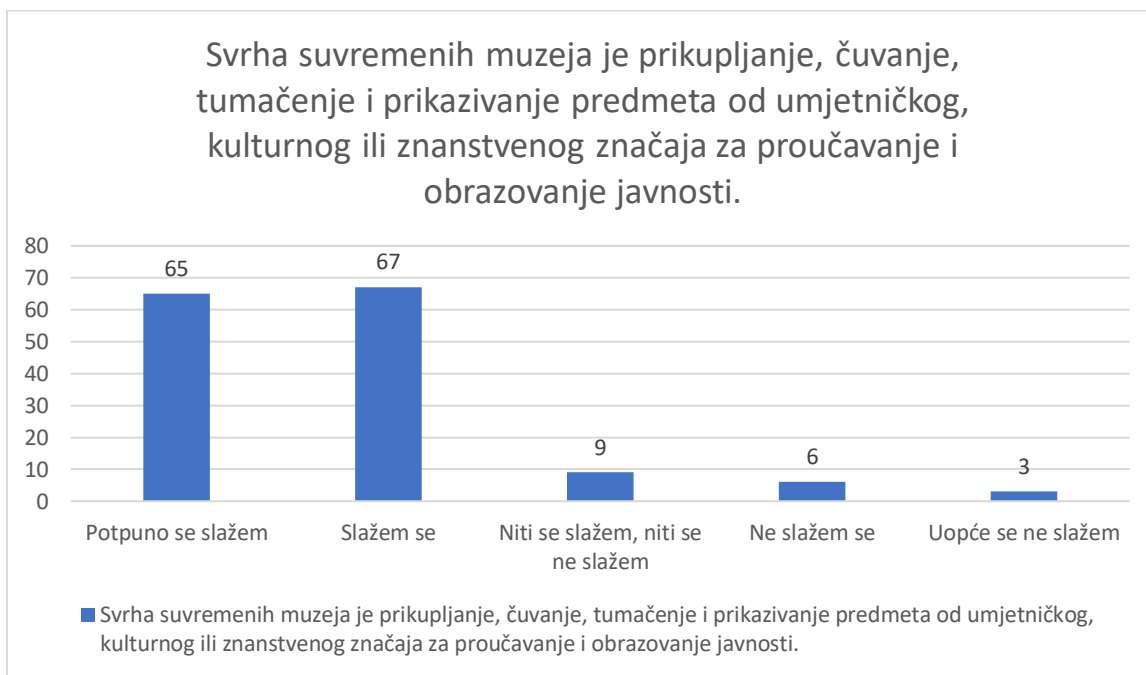
Grafikon 8. Odgovori ispitanika na 5. tvrdnju.



Izvor: Izrada autorice na temelju vlastitog anketnog upitnika

Iz grafikona 8. vidljivo je kako se najveći broj ispitanika, točnije njih 59 (39,3%) slaže s tvrdnjom kako Republika Hrvatska obiluje kulturno-povijesnim resursima, što predstavlja jedno od njezinih komparativnih prednosti za razvoj kulturnog turizma, kao i 37 ispitanika (24,7%) koji se u potpunosti slažu s tvrdnjom. 22 ispitanika (14,7%) su navela kako se niti slažu, niti ne slažu, dok je 17 ispitanika (11,3%) navelo da se ne slažu, kao i 15 ispitanika (10%) koji se uopće ne slažu s tvrdnjom.

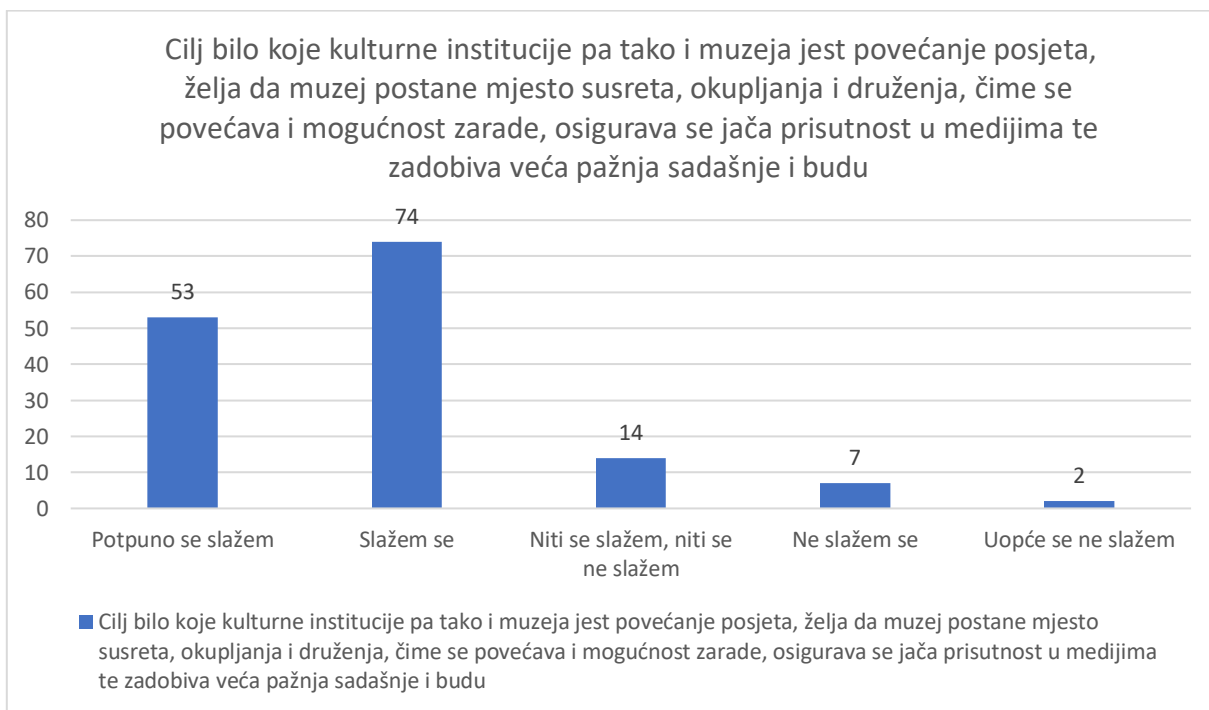
Grafikon 9. Odgovori ispitanika na 6. tvrdnju.



Izvor: Izrada autorice na temelju vlastitog anketnog upitnika

Iz grafikona 9. vidljivo je kako se najveći broj ispitanika, točnije njih 67 (44,7%) slaže s tvrdnjom da je svrha suvremenih muzeja prikupljanje, čuvanje, tumačenje i prikazivanje predmeta od umjetničkog, kulturnog ili znanstvenog značaja za proučavanje i obrazovanje javnosti, kao i 65 ispitanika (43,3%) koji se u potpunosti slažu s tvrdnjom. 9 ispitanika (6%) je navelo kako se niti slažu, niti ne slažu, dok je 6 ispitanika (4%) navelo da se ne slažu s tvrdnjom, kao i 3 ispitanika (2%) koji se uopće ne slažu.

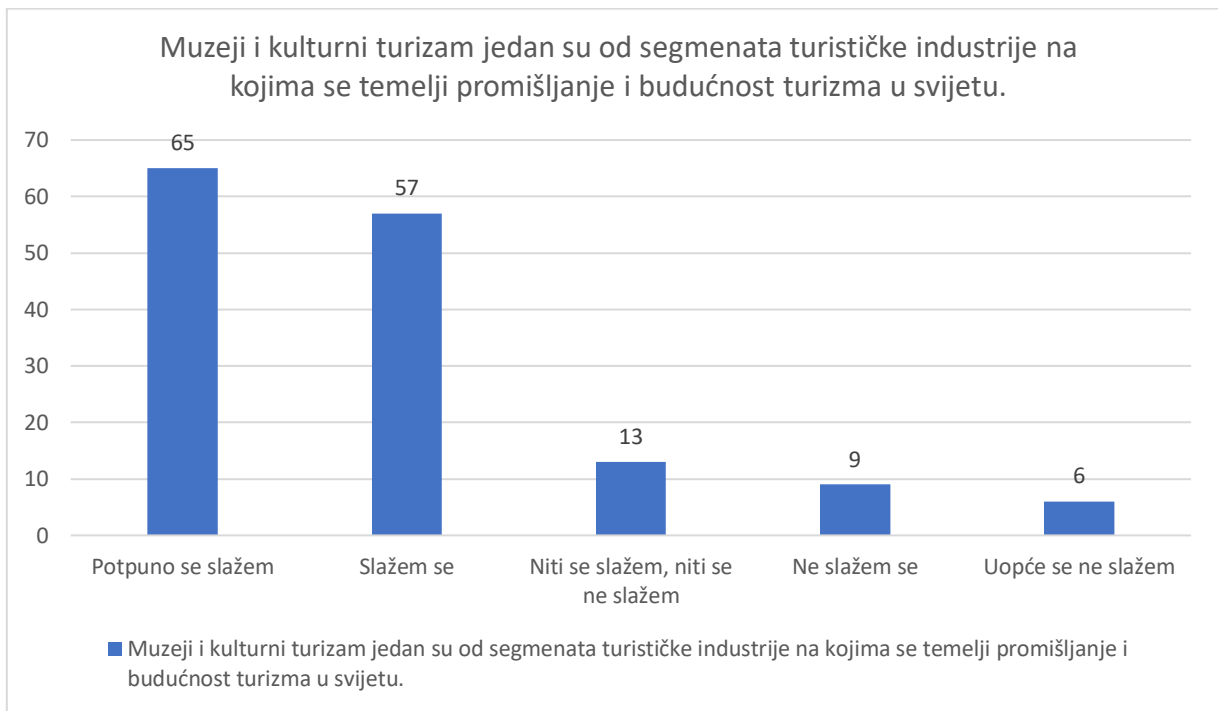
Grafikon 10. Odgovori ispitanika na 7. tvrdnju.



Izvor: Izrada autorice na temelju vlastitog anketnog upitnika

Iz grafikona 10. vidljivo je kako se najveći broj ispitanika, točnije njih 74 (49,4%) slaže s tvrdnjom da je cilj bilo koje kulturne institucije pa tako i muzeja povećanje posjeta, želja da muzej postane mjesto susreta, okupljanja i druženja, čime se povećava i mogućnost zarade, osigurava se jača prisutnost u medijima te zadobiva veća pažnja sadašnje i buduće publike, kao i 53 ispitanika (35,3%) koji se u potpunosti slažu s tvrdnjom. 14 ispitanika (9,3%) je navelo kako se niti slažu, niti ne slažu, dok je 7 ispitanika (4,7%) navelo da se ne slažu s tvrdnjom, kao i 2 ispitanika (1,3%) koji se uopće ne slažu.

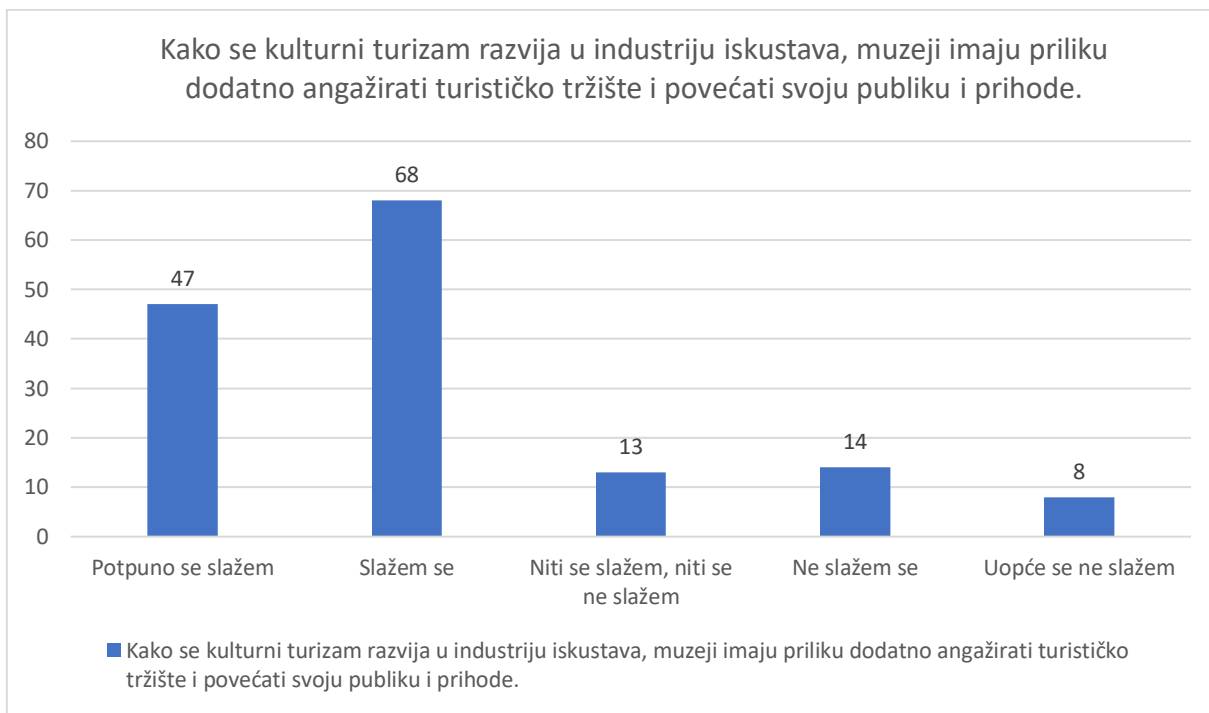
Grafikon 11. Odgovori ispitanika na 8. tvrdnju.



Izvor: Izrada autorice na temelju vlastitog anketnog upitnika

Iz grafikona 11. vidljivo je kako se najveći broj ispitanika, točnije njih 65 (43,3%) u potpunosti slaže s tvrdnjom da su muzeji i kulturni turizam jedan od segmenata turističke industrije na kojima se temelji promišljanje i budućnost turizma u svijetu, kao i 57 ispitanika (38%) koji se također slažu s tvrdnjom. 13 ispitanika (8,7%) je navelo kako se niti slažu, niti ne slažu, dok je 9 ispitanika (6%) navelo da ne slažu s tvrdnjom, kao i 6 ispitanika (4%) koji se uopće ne slažu.

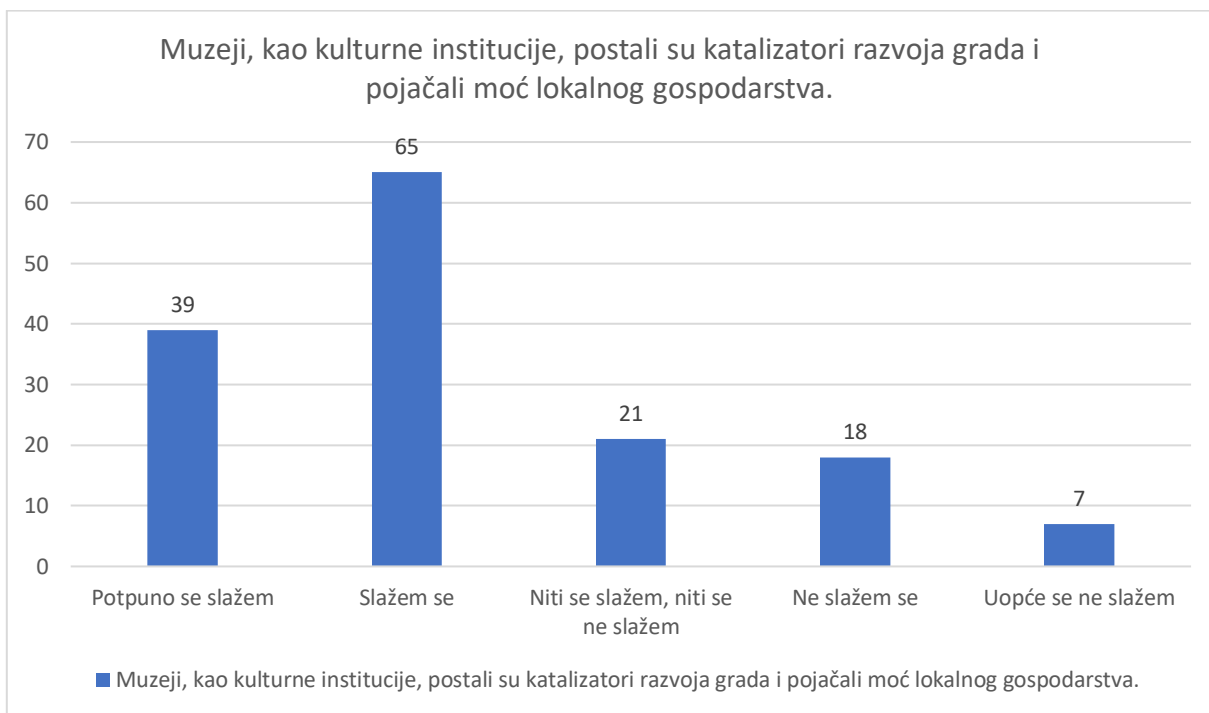
Grafikon 12. Odgovori ispitanika na 9. tvrdnju.



Izvor: Izrada autorice na temelju vlastitog anketnog upitnika

Iz grafikona 12. vidljivo je kako se najveći broj ispitanika, točnije njih 68 (45,4%) slaže s tvrdnjom da kako se kulturni turizam razvija u industriju iskustava, muzeji imaju priliku dodatno angažirati turističko tržište i povećati svoju publiku i prihode, kao i 47 ispitanika (31,3%) koji se također u potpunosti slažu s tvrdnjom. 13 ispitanika (8,7%) je navelo kako se niti slažu, niti ne slažu, dok je 14 ispitanika (9,3%) navelo da se ne slažu s tvrdnjom, kao i 8 ispitanika (5,3%) koji se uopće ne slažu.

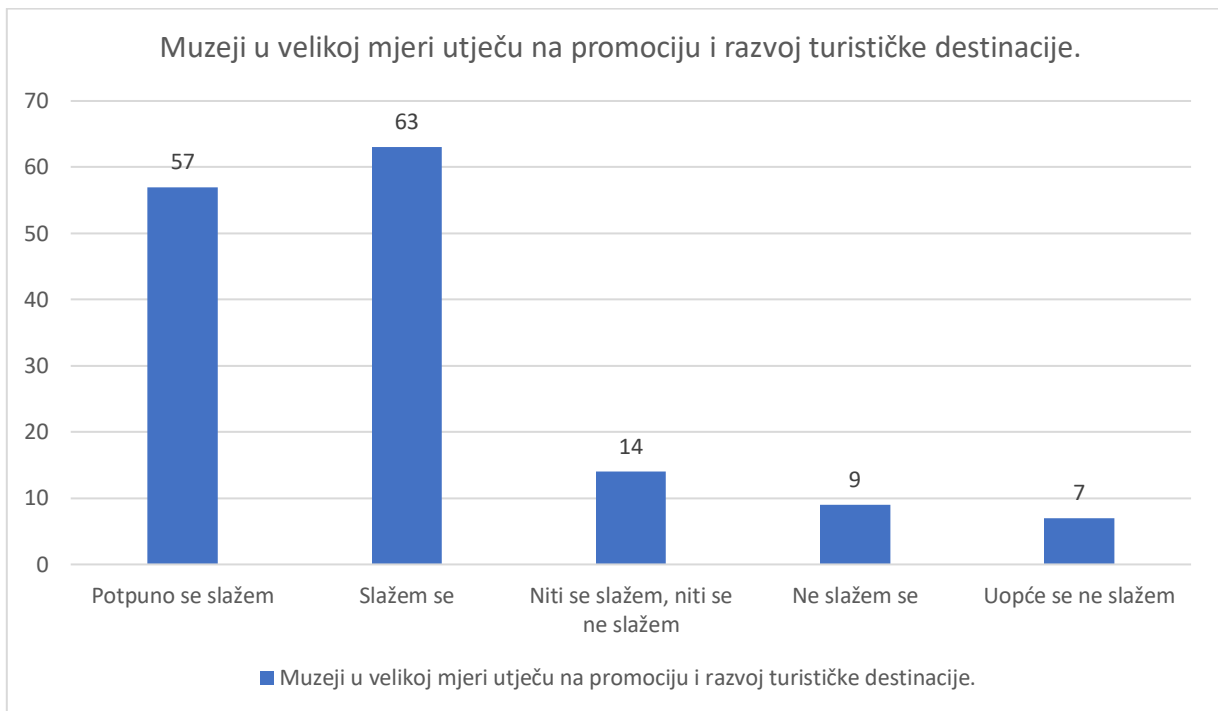
Grafikon 13. Odgovori ispitanika na 10. tvrdnju.



Izvor: Izrada autorice na temelju vlastitog anketnog upitnika

Iz grafikona 13. vidljivo je kako se najveći broj ispitanika, točnije njih 65 (43,3%) slaže s tvrdnjom da su muzeji, kao kulturne institucije, postali katalizatori razvoja grada i pojačali moć lokalnog gospodarstva, kao i 39 ispitanika (26%) koji se također u potpunosti slažu. 21 ispitanika (14%) je naveo kako se niti slaže, niti ne slaže, dok je 18 ispitanika (12%) navelo da se ne slažu s navedenom tvrdnjom, kao i 7 ispitanika (4,7%) koji se uopće ne slažu.

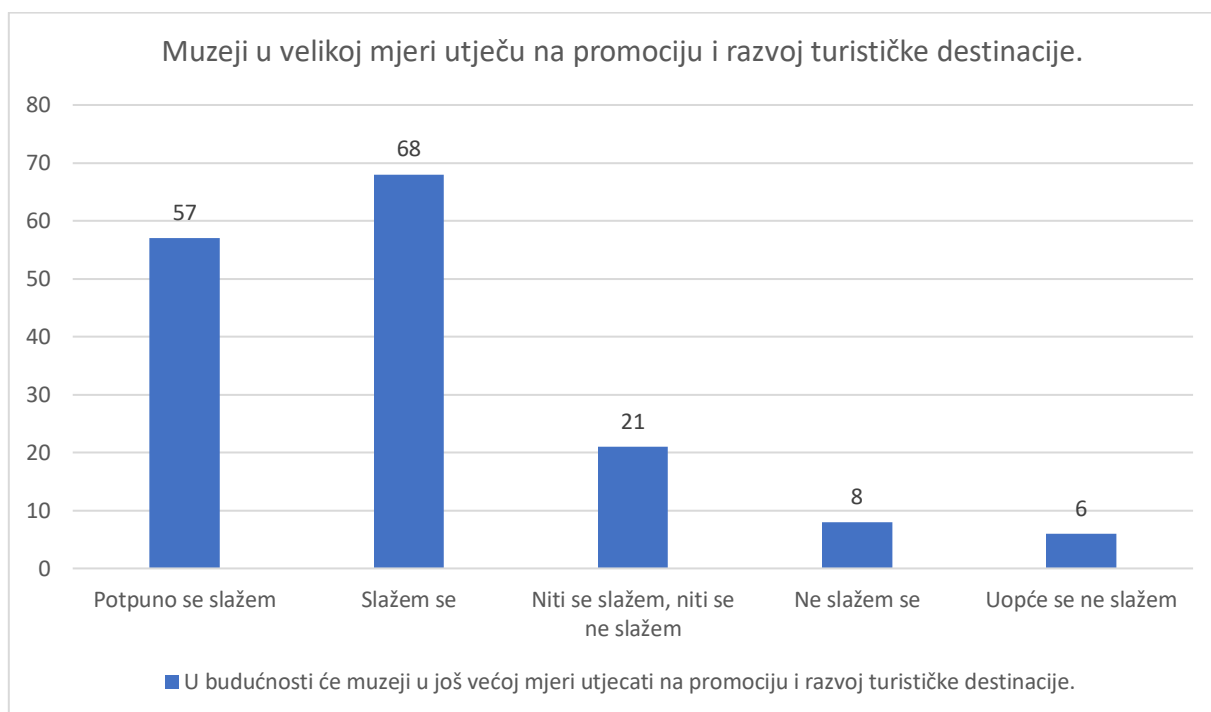
Grafikon 14. Odgovori ispitanika na 11. tvrdnju.



Izvor: Izrada autorice na temelju vlastitog anketnog upitnika

Iz grafikona 14. vidljivo je kako se najveći broj ispitanika, točnije njih 63 (42%) slaže s tvrdnjom da Muzeji u velikoj mjeri utječu na promociju i razvoj turističke destinacije, kao i 57 ispitanika (38%) koji se također u potpunosti slažu s tvrdnjom. 14 ispitanika (9,3%) navelo je kako se niti slažu, niti ne slažu, dok je 9 ispitanika (6%) navelo da ne slažu s tvrdnjom, kao i 7 ispitanika (4,7%) koji se uopće ne slažu.

Grafikon 15. Odgovori ispitanika na 12. tvrdnju.



Izvor: Izrada autorice na temelju vlastitog anketnog upitnika

Iz grafikona 15. vidljivo je kako se najveći broj ispitanika, točnije njih 68 (45,3%) slaže s tvrdnjom da će u budućnosti muzeji u još većoj mjeri utjecati na promociju i razvoj turističke destinacije, kao i 57 ispitanika (38%) koji se također u potpunosti slažu s tvrdnjom. 21 ispitanik (14%) je naveo kako se niti slaže, niti ne slaže, dok je 8 ispitanika (5,3%) navelo kako se ne slaže s navedenom tvrdnjom, kao i 6 ispitanika (4%) koji se uopće ne slažu.

4.4. Rasprava

Istraživanje je za cilj imalo ispitati znanja ispitanika o poznavanju kulturnog turizma te njihove stavove o važnosti muzeja za razvoj turističke destinacije. Analizom odgovora ispitanika, vidljivo je kako se 54,7% slaže da pojam kulturnog turizma sjedinjuje u sebi pojmove kulture i turizma, kao i 58,7% koji su točno odgovorili na tvrdnju o poznavanju pojma kulturnog turizma. Više od polovice

ispitanika, točnije njih 60% je točno odgovorilo da je između ostalog svrha kulturnog turizma otkrivanje spomenika i lokaliteta, dok je 68,6% njih znalo da je turistička potražnja jedan od preduvjeta razvoja kulturnog turističkog proizvoda. Iz navedenih odgovora ispitanika, može se zaključiti kako većina ispitanika ima dobru informiranost i znanje kada se govori o kulturnom turizmu.

Nadalje, velika većina ispitanika, čak njih 88% je točno odgovorilo što je svrha muzeja, dok također velik broj njih, točnije 84,7% točno odgovorio kako je cilj muzeja povećanje posjeta, želja da muzej postane mjesto susreta, okupljanja i druženja, čime se povećava i mogućnost zarade, osigurava se jača prisutnost u medijima te zadobiva veća pažnja sadašnje i buduće publike, kao i bilo koje druge kulturne ustanove. Također, 81,3% su naveli kako su muzeji i kulturni turizam jedan od segmenata turističke industrije na kojima se temelji promišljanje i budućnost turizma u svijetu, dok je 76,7% njih da muzeji imaju priliku angažirati turističko tržište i povećati svoju publiku i prihode. Na samom kraju, 69,3% ispitanika je odgovorilo kako su muzeji postali katalizatori razvoja grada i pojačali moć lokalnog gospodarstva, dok je njih 80% navelo kako muzeji uvelike utječu na promociju i razvoj turističke destinacije, a 83,3% je navelo kako će u budućnosti imati još veću ulogu u promociji i razvoju turističke destinacije. Iz navedenih odgovora ispitanika, može se zaključiti kako ispitanici smatraju da muzeji imaju važnu ulogu u razvoju turističke destinacije.

Nakon analize i prikazana odgovora ispitanika, može se zaključiti kako je postavljena hipoteza „*Muzeji imaju važnu ulogu u razvoju turističke destinacije i promociji kulturnog turizma.*“ potvrđena.

5. ZAKLJUČAK

Turizam je društveni, kulturni i gospodarski fenomen koji podrazumijeva kretanje ljudi u zemlje ili mjesta izvan njihovog uobičajenog okruženja u osobne ili poslovne/profesionalne svrhe.

Kultura je jedna od pokretačkih snaga za rast turizma. Ništa ne definira državu i čini je jedinstvenom poput njezine kulture. Vidjeti umjetnost, doživjeti njezinu tradiciju, probati njezinu kuhinju i prošetati se kroz njezinu povijest bez sumnje su najbolji vodiči za otkrivanje zemlje. I upravo u tome jest najveće bogatstvo kulturnog turizma. Kulturni turizam gotovo je raznolik kao i sama kultura po tome što može obuhvatiti praktički bilo koju aktivnost povezanu sa zemljom, područjem, gradom ili mjestom, ili svojstvenu njoj: umjetnost, kino, jezik, sport, religiju, arhitekturu, gastronomiju, prirodu i slično. Kulturni turizam jednostavno govoreći predstavlja kao putovanja s ciljem posjećivanja mjesta i događaja s kulturno-povijesnom vrijednošću te iz godine u godinu postaje sve važniji oblik turizma koji doprinosi, kako gospodarstvu zemlje, tako i lokalnoj zajednici.

Muzeji su se povijesno smatrali kulturnim institucijama čija je glavna funkcija obrazovanje i učenje, prvenstveno o povijesti. Međutim, kako se društvo promijenilo, ekonomska uloga muzeja postala je sve važnija. Više muzeja svjesno je svog potencijala da doda vrijednost svojoj zajednici privlačeći turiste. S porastom potražnje za kulturnim turizmom, muzeji su postali ključni partneri u industriji kulturnog turizma. Može se zaključiti kako muzeji imaju važnu ulogu kada se govori u kulturnom turizmu, ali i o samom razvoju turističke destinacije. Za razliku od prošlosti, danas muzeji predstavljaju zaista važan dio kulturnog turizma koji privlači velik broj turista.

Nakon teorijskog dijela, kroz rad je prikazan eksperimentalni dio u kojem su se istražila znanja ispitanika o poznavanju kulturnog turizma te njihovi stavovi i o važnosti muzeja za razvoj turističke zajednice. Analizom odgovora ispitanika, može

se zaključiti kako ispitanici imaju dobro znanje o kulturnom turizmu. Također smatraju kako su muzeji važan dio kulturnog turizma te da imaju važnu ulogu u promociji i razvoju turističke destinacije, kao i to da će u budućnosti ta uloga biti još veća.

LITERATURA

1. Arheološki muzej, dostupno na: <https://www.infozagreb.hr/istrazi-zagreb/kultura/muzeji/arheoloski-muzej>, (25.01.2022.)
2. Boranić Živoder, S., Tomljenović, R.: Akcijski plan razvoja kulturnog turizma, Institut za turizam, Zagreb, 2015.
3. Čavlek, N.: Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, 2011.
4. Dujmović, M.: Kultura turizma, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, 2014.
5. Fleming, D.: The Museum as Social Enterprise, Intercom, Taipei, 2006.
6. Geić, S.: Turizam i kulturno-civilizacijsko nasljeđe, Sveučilište u Splitu, Split, 2002.
7. Gržinić, J.: Kulturni turizam, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, 2014.
8. Guggenheim Bilbao Museum, dostupno na: <https://www.guggenheim-bilbao.eus/en>, (23.01.2022.)
9. Heilbrun, J., Gray, C. M.: The Economics of Art and Culture, Cambridge University Press, Cambridge, 2001.
10. Jelinčić, D.: Abeceda kulturnog turizma, Meandarmedia, Zagreb, 2008.
11. Kombol, T.: Kulturno nasljeđe i turizam, HAZU, Varaždin, 2006.
12. Lord, B.: Cultural Tourism and Museums, LORD Cultural Resources Planning & Management Inc, 2002.
13. Magaš, D.: Razvoj hrvatskog turizma, Adamić, Rijeka, 2000.
14. MuseumsQuartier, dostupno na: <https://www.mqw.at/en/about-us>, (24.01.2022.)
15. Myerscough, J. i sur.: The Economic Importance of the Arts in Britain, Policy Studies Institute, London, 1988.
16. National Palace Museum, dostupno na: <https://www.npm.gov.tw/?l=2>, (23.01.2022.)

17. Petrić, L.: Upravljanje turističkom destinacijom, Ekonomski fakultet Split, Split, 2011.
18. Pirjavec, B.: Ekonomska obilježja turizma, Golden marketing, Zagreb, 1998.
19. Stephen, A.: The Contemporary Museum and Leisure: Recreation as a Museum Function, Museum Management and Curatorship, 19(3), 2001., str. 297-308.
20. Tate Modern, dostupno na: <https://www.tate.org.uk/visit/tate-modern>, (24.01.2022.)
21. Tomljenović, R.: Hrvatski turizam, plavo, bijelo, zeleno, Institut za Turizam, Zagreb, 2006.
22. Tourism and culture, dostupno na: <https://www.unwto.org/tourism-and-culture>, (21.08.2021.)

POPIS ILUSTRACIJA

Popis slika:

Slika 1. Nacionalni muzej palače u Taipeiju.....	18
Slika 2. Guggenheimov muzej u Bilbao.....	20
Slika 3. Tate Modern.....	21
Slika 4. MuseumsQuartier.....	22
Slika 5. Arheološki muzej u Zagrebu.....	23

Popis tablica:

Tablica 1. Muzeji prema tipu u vrsti u Republici Hrvatsko.....	15
Tablica 2. Muzejska djelatnost u gradu Zagrebu.....	15-17

Popis grafikona:

Grafikon 1. Spol ispitanika.....	26
Grafikon 2. Dob ispitanika.....	27
Grafikon 3. Stupanj obrazovanja ispitanika.....	28
Grafikon 4. Odgovori ispitanika na 1. tvrdnju.....	29
Grafikon 5. Odgovori ispitanika na 2. tvrdnju.....	30
Grafikon 6. Odgovori ispitanika na 3. tvrdnju.....	31
Grafikon 7. Odgovori ispitanika na 4. tvrdnju.....	32
Grafikon 8. Odgovori ispitanika na 5. tvrdnju.....	33

Grafikon 9. Odgovori ispitanika na 6. tvrdnju.....	34
Grafikon 10 Odgovori ispitanika na 7. tvrdnju.....	35
Grafikon 11. Odgovori ispitanika na 8. tvrdnju.....	36
Grafikon 12. Odgovori ispitanika na 9. tvrdnju.....	37
Grafikon 13. Odgovori ispitanika na 10. tvrdnju.....	38
Grafikon 14. Odgovori ispitanika na 11. tvrdnju.....	39
Grafikon 15. Odgovori ispitanika na 12. tvrdnju.....	40

PRILOZI

FORMA ANKETNOG UPITNIKA

Spol?

- a) Muško
- b) Žensko

Dob?

- a) 18-30
- b) 31-40
- c) 41+

Stupanj obrazovanja?

- a) Osnovnoškolsko
- b) Srednjoškolsko
- c) Preddiplomski studij
- d) Diplomski studij
- e) Doktorat

1. Pojam kulturnog turizma sjedinjuje u sebi pojmove kulture i turizma.

- a) Potpuno se slažem
- b) Slažem se
- c) Niti se slažem, niti se ne slažem
- d) Ne slažem se
- e) Uopće se ne slažem

2. Pod pojmom kulturni turizam podrazumijevaju se posjeti muzejima, izložbama, koncertima, ili je takva vrsta vezana uz materijalnu, tj. izgrađenu baštinu.

- a) Potpuno se slažem
- b) Slažem se
- c) Niti se slažem, niti se ne slažem
- d) Ne slažem se
- e) Uopće se ne slažem

3. Svrha kulturnog turizma je, između ostalog, otkrivanje spomenika i lokaliteta.

- a) Potpuno se slažem
- b) Slažem se
- c) Niti se slažem, niti se ne slažem
- d) Ne slažem se
- e) Uopće se ne slažem

4. Jedan od preduvjeta razvoja kulturnog turističkog proizvoda je turistička potražnja.

- a) Potpuno se slažem
- b) Slažem se
- c) Niti se slažem, niti se ne slažem
- d) Ne slažem se
- e) Uopće se ne slažem

5. Republika Hrvatska obiluje kulturno-povijesnim resursima, što predstavlja jedno od njezinih komparativnih prednosti za razvoj kulturnog turizma.

- a) Potpuno se slažem
- b) Slažem se
- c) Niti se slažem, niti se ne slažem
- d) Ne slažem se
- e) Uopće se ne slažem

6. Svrha suvremenih muzeja je prikupljanje, čuvanje, tumačenje i prikazivanje predmeta od umjetničkog, kulturnog ili znanstvenog značaja za proučavanje i obrazovanje javnosti.

- a) Potpuno se slažem
- b) Slažem se
- c) Niti se slažem, niti se ne slažem
- d) Ne slažem se
- e) Uopće se ne slažem

7. Cilj bilo koje kulturne institucije pa tako i muzeja jest povećanje posjeta, želja da muzej postane mjesto susreta, okupljanja i druženja, čime se povećava i mogućnost zarade, osigurava se jača prisutnost u medijima te zadobiva veća pažnja sadašnje i buduće publike.

- a) Potpuno se slažem
- b) Slažem se
- c) Niti se slažem, niti se ne slažem
- d) Ne slažem se
- e) Uopće se ne slažem

8. Muzeji i kulturni turizam jedan su od segmenata turističke industrije na kojima se temelji promišljanje i budućnost turizma u svijetu.

- a) Potpuno se slažem
- b) Slažem se
- c) Niti se slažem, niti se ne slažem
- d) Ne slažem se
- e) Uopće se ne slažem

9. Kako se kulturni turizam razvija u industriju iskustava, muzeji imaju priliku dodatno angažirati turističko tržište i povećati svoju publiku i prihode.

- a) Potpuno se slažem

- b) Slažem se
- c) Niti se slažem, niti se ne slažem
- d) Ne slažem se
- e) Uopće se ne slažem

10. Muzeji, kao kulturne institucije, postali su katalizatori razvoja grada i pojačali moć lokalnog gospodarstva.

- a) Potpuno se slažem
- b) Slažem se
- c) Niti se slažem, niti se ne slažem
- d) Ne slažem se
- e) Uopće se ne slažem

11. Muzeji u velikoj mjeri utječu na promociju i razvoj turističke destinacije.

- a) Potpuno se slažem
- b) Slažem se
- c) Niti se slažem, niti se ne slažem
- d) Ne slažem se
- e) Uopće se ne slažem

12. U budućnosti će muzeji u još većoj mjeri utjecati na promociju i razvoj turističke destinacije.

- a) Potpuno se slažem
- b) Slažem se
- c) Niti se slažem, niti se ne slažem
- d) Ne slažem se
- e) Uopće se ne slažem