

KULTURNI TURIZAM SLAVONIJE S NAGLASKOM NA GRAD OSIJEK

Ćorković, Kristijan

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:128:605613>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-23**



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 REPOZITORIJ

VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
POSLOVNI ODJEL
STRUČNI STUDIJ UGOSTITELJSTVA

Kristijan Ćorković

**KULTURNI TURIZAM SLAVONIJE S NAGLASKOM NA
GRAD OSIJEK**

ZAVRŠNI RAD

Karlovac, 2022.

Kristijan Ćorković

**KULTURNI TURIZAM SLAVONIJE S NAGLASKOM NA
GRAD OSIJEK**

ZAVRŠNI RAD

Veleučilište u Karlovcu
Poslovni odjel
Stručni studij ugostiteljstva

Mentor: dr. sc. Mateja Petračić, viši predavač

Karlovac, rujan 2022.

ZAHVALA

Iskreno se zahvaljujem svojoj mentorici dr. sc. Mateja Petračić na danim uputama i savjetima prilikom izrade ovoga završnog rada koji su svojim znanstvenim i stručnim savjetima oblikovali ideju i pomogli mi u izradi ovoga završnog rada.

Posebno se želim zahvaliti svojoj obitelji na potpori i pomoći kako tijekom izrade ovog rada, tako i tijekom cijelog studija. Također zahvaljujem svojim kolegama i prijateljima na potpori i pomoći tijekom svih ovih godina studiranja.

Hvala Vam!

SAŽETAK

Kroz završni rad naglasak je prvenstveno stavljen na prikaz kulturnog turizma Slavonije s fokusom na grad Osijek. Ponajprije se definira sam pojam kulturnog turizma, njegova razvoja i važnosti, a zatim se prikazuje atrakcijska osnova Slavonije kao turističke destinacije. Naposljetku je fokus stavljen na prikaz kulturnog turizma grada Osijeka. Nakon teorijskog, provedeno je istraživanje u kojem su se putem anketnog upitnika ispitali stanovnici Osijeka o dosadašnjem razvoju kulturnog turizma, njegovom utjecaj na grad i život stanovništva te postoji li mjesto za poboljšanje ove vrste turizma u budućnosti.

Ključne riječi: kulturni turizam, Slavonija, Osijek

SUMMARY

Through the final thesis, emphasis is primarily placed on the presentation of cultural tourism in Slavonia with a focus on the city of Osijek. First of all, the very concept of cultural tourism, its development and importance is defined, and then the attractive basis of Slavonia as a tourist destination is presented. Finally, the focus was placed on the presentation of cultural tourism in the city of Osijek. After the theoretical research, a survey was conducted in which the residents of Osijek were interviewed about the current development of cultural tourism, its impact on the city and the life of the population, and whether there is room for improving this type of tourism in the future.

Keywords: cultural tourism, Slavonia, Osijek

SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1. Predmet i cilj rada	1
1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja	2
1.3. Sadržaj i struktura rada	2
2. KULTURNI TURIZAM I NJEGOVA VAŽNOST	3
2.1. Definiranje kulturnog turizma	3
2.2. Razvoj kulturnog turizma	5
2.3. Važnost kulturnog turizma	7
2.4. Promjene koje donosi kulturni turizam	8
3. ATRAKCIJSKA OSNOVA SLAVONIJE KAO TURISTIŠKE DESTINACIJE	10
3.1. Izravni i neizravni turistički resursi	10
3.2. Prirodni i društveni resursi	12
4. KULTURNI TURIZAM GRADA OSIJEKA	14
4.1. Razvoj kulturnog turizma	15
4.2. Kulturno-povijesna baština	16
4.3. Promjene i trendovi koje kulturni turizam donosi gradu	19
4.4. Kulturni događaji	20
4.5. Kretanje turističkog prometa u kulturnim ustanovama grada Osijeka	22
4.5.1. Muzej likovnih umjetnosti	22
4.5.2. Muzej Slavonije	24
4.5.3. Hrvatsko narodno kazalište	25
4.6. Projekcije za budućnost	26
5. ANALIZA ISTRAŽIVANJA STANOVNIŠTVA GRADA OSIJEKA O STANJU I MOGUĆNOSTIMA RAZVOJA KULTURNOG TURIZMA U OSIJEKU	27
5.1. Cilj i hipoteze istraživanja	27
5.2. Metodologija istraživanja	27
5.3. Rezultati istraživanja	28
5.4. Rasprava	36
6. ZAKLJUČAK	38

LITERATURA.....	39
POPIS TABLICA	41
POPIS GRAFIKONA	42
PRILOZI	43

1. UVOD

Tijekom desetljeća, turizam je doživio kontinuirani rast i sve veću diverzifikaciju da bi postao jedan od najbrže rastućih gospodarskih sektora u svijetu. Suvremeni turizam usko je povezan s razvojem i obuhvaća sve veći broj novih destinacija. Ta je dinamika pretvorila turizam u ključni pokretač društveno-ekonomskog napretka. Kulturni turizam spada među najpopularnije oblike turizma i interes za njim raste brže nego za druge oblike turizma. Kulturni turizam često se isprepliće s drugim oblicima turizma, posebice s, medicinskim, rekreacijskim i kongresnim turizmom.

Kada se govori o kulturnom turizmu Osijeka, može se reći da ima zaista bogatu kulturno-povijesnu baštinu i kulturne događaje koji pomažu u razvoju kulturnog turizma grada. No, u nastavku rada se detaljnije govori u kojoj je mjeri razvijen kulturni turizam i postoji li prostora za njegovo poboljšanje.

1.1. Predmet i cilj rada

Predmet završnog rada je istražiti, analizirati i prikazati kulturni turizam Slavonije s naglaskom na grad Osijek, tj. dosadašnji razvoj kulturnog turizma, trendove i promjene koje donosi, kulturne događaje, kao i projekcije za budućnost.

Cilj završnog rada je kroz teorijski dio prvenstveno definirati pojam i važnost kulturnog turizma, kao i promjene koje kulturni turizam donosi. Također kroz rad se prikazuje atrakcijska osnova Slavonije kao turističke destinacije prije nego se fokus stavi na prikaz kulturnog turizma grada Osijeka. Prikazuje se dosadašnji razvoj, trendovi i promjene koje kulturni turizam donosi za Osijek, razni kulturni događaji te projekcije kulturnog turizma za budućnost. Poslije teorijskog, prikazuje se istraživački dio rada u kojem je cilj putem anketnog upitnika ispitati stanovništvo grada Osijeka o dosadašnjem razvoju kulturnog turizma, njegovom utjecaju na grad

i život stanovništva te postoji li mjesto za poboljšanje ove vrste turizma u budućnosti.

Glavna hipoteza: H1: Kulturni turizam u gradu Osijeku u posljednje vrijeme doživljava veliki razvoj.

Pomoćna hipoteza H1.1.: Razvojem kulturnog turizma u gradu Osijeku poboljšava se i životna sredina lokalnog stanovništva.

1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja

Za izradu teorijskog dijela završnog rada korištena je stručna literatura raznih autora u kojoj je obrađena tematika kulturnog turizma s fokusom na grad Osijek. Također je za izradu rada korištena metoda komparacije i klasifikacije, metoda analize i sinteze te metoda deskripcije. Empirijsko istraživanje je provedeno metodom ispitivanja koristeći se online anketnim upitnikom kao glavnim instrumentom istraživanja.

1.3. Sadržaj i struktura rada

Završni rad strukturiran je kroz šest temeljnih poglavlja. U uvodnom poglavlju prikazuju se predmet i cilj rada, izvori podataka i metode prikupljanja te sama struktura. U drugom poglavlju naglasak je stavljen na definiranje pojma kulturnog turizma, njegova razvoja, važnosti te promjena koje donosi sa sobom. Kroz treće poglavlje prikazuje se atrakcijska osnova Slavonije kao turističke destinacije s fokusom na prikaz izravnih, neizravnih, prirodnih i društvenih resursa, dok se u četvrtom poglavlju fokus stavlja na prikaz kulturnog turizma grada Osijeka. Prikazuje se njegovo trenutno stanje putem SWOT analize, razvoj, kulturno-povijesna baština, kulturni događaji, promjene koje nosi sa sobom te projekcije za budućnost. U petom poglavlju prikazan je istraživački dio u kojem su se putem anketnog upitnika ispitali stanovnici Osijeka o dosadašnjem razvoju kulturnog

turizma, njegovom utjecaj na grad i život stanovništva te postoji li mjesto za poboljšanje ove vrste turizma u budućnosti. Na kraju rada izveden je zaključak, naveden popis korištene literature, popis tablica te priloga.

2. KULTURNI TURIZAM I NJEGOVA VAŽNOST

Kroz ovo poglavlje naglasak je stavljen na definiranju kulturnog turizma, prikazu njegova razvoja kroz povijest i važnosti te promjena koje kulturni turizam donosi sa sobom.

2.1. Definiranje kulturnog turizma

Kako bi se jasno definirao pojam kulturnog turizma, prvo je potrebno imati osnovno razumijevanje dviju složenih definicija kulture i turizma. Međutim, treba napomenuti da se prepoznavanje dvaju pojmova kulture i turizma zasebno smatra preduvjetom za definiranje kulturnog turizma. Sama definicija kulturnog turizma sasvim je drugačija i ne treba je smatrati kombinacijom značenja ova dva pojma, kulture i turizma.

U usporedbi sa širokim pojmom kulture, turizam je možda lakši pojam za pojasniti. Poznate definicije turizma podijeljene su u dvije kategorije; „konceptualna” definicija turizma, koja se bavi temeljnim značenjem turizma, i „tehnička” definicija turizma, usmjerena na procjenu i mjerenje vrijednosti turizma koja je posebno varijabilna u različitim zemljama.¹

Prema konceptualnoj definiciji turizam je privremeno kratkotrajno kretanje ljudi do odredišta izvan mjesta gdje inače žive i rade, te aktivnosti tijekom boravka na tim odredištima. U odnosu na konceptualnu, tehnička definicija navodi kako turizma predstavlja aktivnosti osoba tijekom putovanja i boravka izvan uobičajenog

¹Sina Mousavi, S. i sur.: Defining Cultural Tourism, str. 23. dostupno na: <https://iicbe.org/upload/8607DIR1216411.pdf>, (04.08.2022.)

mjesta stanovanja, u neprekidnom razdoblju kraćem od jedne godine, u razonodu, poslovne ili druge svrhe.²

Kultura je vrlo složen pojam; stotine definicija za to postoje u literaturi. Općenito, na kulturu se gleda kao na složenu cjelinu, koja pruža objedinjujući koncept za vrlo različite načine života. Kultura se odnosi na kumulativni depozit znanja, iskustva, uvjerenja, vrijednosti, stavova, značenja, hijerarhija, religije, pojmova vremena, uloga, prostornih odnosa, koncepata svemira i materijalnih objekata i posjeda koje je stekla grupa ljudi u tijek generacija kroz individualna i grupna stremljenja.³ To je sustav znanja koji dijeli relativno velika grupa ljudi. U svom najširem smislu je kultivirano ponašanje, odnosno to je ukupnost nečijeg naučenog, akumuliranog iskustva koje se društveno prenosi, ili ukratko, ponašanje kroz socijalno učenje.

Turizam je preuzeo ključnu ulogu u razvoju destinacija diljem svijeta. U većini slučajeva kultura je glavna vrijednost za razvoj turizma, kao i jedan od glavnih korisnika tog razvoja. Kultura je glavni čimbenik atraktivnosti većine destinacija, ne samo u smislu turizma, već i u privlačenju stanovnika i unutarnjih ulaganja. Glavna uporaba izraza kulturni turizam uključuje korištenje širokog spektra kulturnih manifestacija poput baštine, umjetnosti, folkloru itd. od strane turista.

Kulturni turizam općenito se može promatrati kao sociokulturni odnos između ljudi koji promiče, moderira i posreduje niz različitih aktera uključujući planere, političare, istraživače, marketinške stručnjake, putničke agencije i tako dalje. Kulturni turizam može se smatrati susretom društvenih sustava i kultura koji će proizvesti promjene u oba. Kao društvena praksa, kulturni turizam rekonstruirati

²Sina Mousavi, S. i sur., op. cit., str. 24.

³Du Cros, H., McKercher, B.: Cultural Tourism, 3rd Edition, Routledge, New York, 2020., str. 25.

ili konstruira identitete (npr. nacionalizam, društvene identitete i transnacionalizam) i na kraju će pridonijeti globalizaciji i oblikovanju globaliziranog svijeta.⁴

Kulturni turizam može se definirati kao aktivnost koja omogućuje ljudima da iskuse različite načine života drugih ljudi, stječući tako iz prve ruke razumijevanje njihovih običaja, tradicije, fizičkog okruženja, intelektualnih ideja i onih mjesta arhitektonskih, povijesnih, arheološki ili drugi kulturni značaj koji je ostao iz ranijih vremena. Kulturni turizam razlikuje se od rekreacijskog turizma po tome što nastoji steći razumijevanje ili uvažavanje prirode mjesta koje se posjećuje.

2.2. Razvoj kulturnog turizma

Generalna skupština Svjetske turističke organizacije (WTO) donijela je 28. lipnja 1985. deklaraciju koja uključuje načela o očuvanju i promicanju prirodne, kulturne i povijesne baštine te kriterije kako to provesti u području turizma. Konvencija iz 1972. čija je tema bila prirodna i kulturna svjetska baština govorila je samo o materijalnoj i fizičkoj baštini. Svjetska turistička organizacija preporučila je svojim državama članicama da usvoje Konvenciju i njezina načela, primjerice ona iz Dokumenta o kulturnom turizmu, usvojena na Međunarodnom seminaru o turizmu i modernom humanizmu, održanom u Bruxellesu 1976., na prijedlog Međunarodnog vijeća o spomenicima i mjestima.⁵

Na temelju spoznaja ove konvencije i sugestija raznih međunarodnih konferencija, mnoge su zemlje postigle pravi iskorak u očuvanju svoje prirodne i kulturne baštine i njezinom korištenju u turističke svrhe. Relevantni primjeri uključuju: donošenje zakona i potrebnih propisa, provođenje arheoloških iskapanja i zaštitnih radova, stvaranje kataloga baštine (zgrada i drugih vrsta), donošenje politika za zaštitu ove baštine, uspostavljanje laboratorija za očuvanje,

⁴Dallen, D., Timothy, J.: Cultural Heritage and Tourism: An Introduction, Channel View Publications, Bristol, 2011., str. 12.

⁵Raj, R. i sur.: Cultural Tourism, CABI, Wallingford, 2013., str. 31.

osposobljavanje potrebnih stručnjaka, edukaciju šire javnosti o kulturnim i umjetničke vrijednosti itd.⁶

U 20. stoljeću koncept baštine dobiva na snazi. Podijelio je baštinu na materijalnu i nematerijalnu, a zatim materijalnu na mobilnu i nepokretnu baštinu, čime su obuhvaćena sva polja ljudskog interesa za prepoznavanje i očuvanje prošlih vrijednosti u sadašnjosti. Obogaćen kulturnim okruženjem povijesnih gradova i naselja, kulturnim krajolikom koji izražava ljudske aktivnosti tijekom mnogih stoljeća, pojam kulturne baštine dosegao je razinu na kojoj ju je bilo potrebno promatrati kao cjelinu kako bi se njezini pojedini dijelovi mogli bolje razumjeti.⁷

Osnovna karakteristika baštine je da je utemeljena na teritoriju. Nacionalna kulturna baština vezana je za područje stvarne države, a imajući u vidu neke ranije povijesne parametre, teško je promijeniti nacionalni predznak pojedine kulturne baštine. Višestruku povijesnu slojevitost i promjene granica nacionalnog teritorija danas treba promatrati kao bogatstvo u međusobnom prožimanju pojedinih nacionalnih kultura i utjecaja. Nematerijalna kultura povezana je s ljudima, dok je materijalna kultura povezana s teritorijem. Moramo uzeti u obzir da kulturna baština na području jedne države ili regije može biti obogaćena ostacima i tragovima ranijih kultura i ranijih naroda koji su tijekom vremena nastanjivali taj teritorij i pridonijeli kulturnom okruženju kakvo ga danas poznajemo.⁸

Tijekom većeg dijela 20. stoljeća turizam i kultura smatrani su uglavnom odvojenim aspektima destinacija. Kulturni resursi promatrani su kao dio kulturne baštine destinacija, uvelike povezani s obrazovanjem lokalnog stanovništva i podupiranjem lokalnih ili nacionalnih kulturnih identiteta. S druge strane, turizam se uglavnom promatrao kao aktivnost vezana uz slobodno vrijeme odvojena od svakodnevnog života i kulture lokalnog stanovništva. To se postupno promijenilo

⁶Čavlek, N. i sur.: Turizam-ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, 2011., str. 56..

⁷Du Cros, H., McKercher, B., op. cit., str. 35.

⁸Dujmović, M.: Kultura turizma, Sveučilište Jurja Dobrile, Pula, 2014., str. 29.

prema kraju stoljeća, kako je uloga kulturnih dobara u privlačenju turista i razlikovanju jednih odbojnosti postajala sve očiglednija. Konkretno, od 1980-ih nadalje kulturni turizam se počeo smatrati glavnim izvorom gospodarskog razvoja za mnoga odredišta.⁹ Sve veću povezanost kulture i turizma potaknuli su brojni čimbenici:

1. Povećano zanimanje za kulturu, posebice kao izvor identiteta i diferencijacije u uvjetima globalizacije.
2. Rastuće razine kulturnog kapitala, potaknute rastućim razinama obrazovanja.
3. Rastuća važnost nematerijalne kulture.
4. Razvoj kulturnog turizma za poticanje zapošljavanja i prihoda.
5. Kulturni turizam smatra se rastućim tržištem i „kvalitetnim“ turizmom.
6. Sve veća ponuda kulture kao rezultat regionalnog razvoja.
7. Sve veća dostupnost informacija o kulturi i turizmu kroz nove tehnologije.¹⁰

Može se zaključiti kako je se kulturni turizam počeo prepoznavati kao posebna kategorija proizvoda u kasnim 1970-ima kada su stručnjaci za turističko tržište i turistički istraživači shvatili da neki ljudi putuju samo kako bi stekli dublje razumijevanje kulture ili baštine odredišta te iz godine i godinu postaje sve popularniji.

2.3. Važnost kulturnog turizma

Kulturni turizam važan je iz više razloga. Možda je najistaknutiji razlog društveni utjecaj koji donosi. Kulturni turizam može pomoći u jačanju identiteta,

⁹Đukić-Dojčinović, V.: Kulturni turizam – menadžment i razvojne strategije, Clio, Beograd, 2005., str. 74.

¹⁰Đukić-Dojčinović, op. cit., str. 30.

poboljšanju međukulturalnog razumijevanja i očuvanju baštine i kulture nekog područja. Može imati pozitivne ekonomske učinke.

Turisti koji posjećuju neko područje kako bi naučili više o kulturi ili koji posjećuju atrakcije kulturnog turizma, poput muzeja ili predstava, tijekom svog putovanja pomažu pridonijeti gospodarstvu tog područja. Atrakcije moraju imati osoblje, donoseći sa sobom izgled za zapošljavanje, a koristi mogu imati i tercijarna poduzeća, poput restorana i hotela.¹¹

Osobno smatram da je jedna od najvažnijih dobrobiti kulturnog turizma edukativni aspekt. Turisti i domaćini mogu saznati više o različitim načinima života. To može pomoći u širenju uma, može pomoći da osoba razmišlja drugačije i da bude objektivnija.

2.4. Promjene koje donosi kulturni turizam

Postoje razini aspekti pomoću kojih se mogu promatrati promjene koje sa sobom donosi kulturni turizam. No, potrebno je izdvojiti četiri ključna aspekta, a to su ekonomski, sociokulturni, tehnološki te prostorni aspekti. Naravno, svi navedeni aspekti sa sobom nose određene prednosti, kao i nedostatke, stoga je potrebno znati prihvatiti i jedno i drugo kako bi se uspješno moglo upravljati turizmom.

Učinci izravnih i neizravnih odnosa s turistima i interakcije s turističkom industrijom na zajednice domaćine se smatra sociokulturnim aspektima. Brojne su socijalne koristi od turizma koje pokazuju pozitivne društvene učinke. To može uključivati očuvanje lokalne kulture i baštine, jačanje zajednica, pružanje socijalnih usluga, komercijalizacija kulture i umjetnosti, revitalizacija običaja i umjetničkih oblika te očuvanje baštine.¹²

¹¹Geić, S.: Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split, 2011., str. 47.

¹²Kušen, E.: Turistička atrakcijska osnova, Institut za turizam, Zagreb, 2002., str. 81.

Postoji šest ključnih točaka koje opisuju ekonomske aspekte turizma, a to su potrošnja kulturnog turizma, upravljanje kulturom za potrebe turizma, utjecaj turizma na kulturu destinacije, učinci kulture na turizam, percepcija imidža destinacije od strane potencijalnih turista te kulturni utjecaj turizma na turiste.¹³

Kada se govori o prostornim aspektima misli se na to kako turizam donosi potencijalne materijalne štete koje su uobičajeno vezane uz masovni turizam. Stoga je potrebno na pravilan i kvalitetan način upravljati turizmom kako bi se potencijalne štete smanjile te se ostvario utjecaj na održivost baštine lokaliteta. Može se reći kako je cilj prostornih aspekata promoviranje običaja pojedine lokalne kulture, njezino štíćenje od zaborava, odnosno propadanje.¹⁴

Posljednji aspekt se odnose na tehnološke. Kao što je poznato razvoj tehnologije je imao zaista značajan utjecaj u svim industrijama, pa i u samom turizmu. Razvojem tehnologije turistima su ponuđene razne mogućnosti odabira lokacija gdje žele putovati, informiranja o kulturnoj baštini, znamenitostima, atrakcija i slično.¹⁵

¹³ Jelinčić, D.A.: Abeceda kulturnog turizma, Meandar Media, Zagreb 2008., str. 60.

¹⁴ Jelinčić, D.A. op. cit., str. 61.

¹⁵ Petrić, L.: Osnove turizma, Sveučilište u Splitu: Ekonomski fakultet, Split, 2007., str. 102.

3. ATRAKCIJSKA OSNOVA SLAVONIJE KAO TURISTIŠKE DESTINACIJE

Kada se govori o atrakcijama na području Slavonije, važno je spomenuti kako regija ima podjednaku zastupljenost atrakcija nastalih od strane ljudskog djelovanja i kulturno-povijesnih te prirodnih atrakcija. Atrakcije koje su zastupljene u Slavoniji su prvenstveno temelj tradicije rada i življenja s toga područja. Nema sumnje kako Slavonija predstavlja izuzetno pogodno područje za razvoj raznih turističkih proizvoda kada se u obzir uzme količina bogatstva resursa.¹⁶

Kroz posljednje desetljeće dolazi do povećanog razvoja te izgradnje hotelskim smještaja na području gradova, kao i drugih oblika smještajnih jedinica. Najveća županija je Osječko-baranjska koja održivi razvoj temelji na inovativnoj turističkoj ponudi te poljoprivrednoj proizvodnji. S obzirom da je stanovništvo ove županije ponajviše posvećeno tome da povećaju kvalitetu enogastronomske i veoma su ljubazni prema posjetiteljima, imaju odličan potencijal za razvoju turizma u još većoj mjeri. Također, ova županija ujedno broji i najveći broj dolazaka i noćenja u odnosu na druge, pa se može reći kako je najrazvijenija u pogledu turizma u odnosu na druge županije Slavonije. U nastavku se ističu izravni i neizravni, te prirodni i društveni turistički resursi.¹⁷

3.1. Izravni i neizravni turistički resursi

Prateći turistički sadržaji, realne i potencijalne atrakcijske destinacije, ugostiteljski objekti, smještajni kapaciteti, zone, agencije i slično su obilježja izravnih turističkih resursa. Kada je riječ o realnim turističkim destinacijama, može

¹⁶Boranić Živoder, S. i sur.: Strateški marketinški plan turizma Slavonije s planom brendiranja za razdoblje 2019. - 2025., str. 16. dostupno na: https://turizamvukovar.hr/wp-content/uploads/pristup_inf/Strate%C5%A1ki-marketin%C5%A1ki-plan-turizma-Slavonije-s-planom-brendiranja-za-razdoblje-2019.-2025-1.pdf, (09.08.2022.)

¹⁷Boranić Živoder, S. i sur., op. cit., str. 17.

se reći kako na području Slavonije to čine gradovi kao što su Osijek, Vukovar, Đakovo, Požega, Vinkovci te Virovitica. Svi od navedenih gradova nude posjetiteljima smještajne kapacitete. Najveći broj smještajnih kapaciteta ima Osječko-baranjska županija, točnije 386 smještajnih kapaciteta, dok Požeško-slavonska ima najmanje, odnosno 55 smještajnih kapaciteta. Također, izdvajaju se i dva parka prirode, odnosno Kopački rit i Papuk koji iz godine u godinu privlače sve veći broj posjetitelja i zaista čine jednu od većih atrakcija na ovom području.¹⁸

U neizravne turističke resurse ubraja se prometna povezanost, kvaliteta prostorne organizacije, geoprometni položaj, komunalna infrastruktura te očuvani okoliš. Neizravni turistički resursi nastaju kao rezultata djelovanja od strane lokalnog stanovništva.

U geološke značajke prostora na području Slavonije mogu se izdvojiti park prirode Papuk, spilja Rupnica, Dilj, Krndija, Psunj te Požeška gora. Kopačevsko jezero predstavlja najveće prirodno jezero, dok je Borovik najveće umjetno jezero. Postoje i razna kupališna i ribolovna jezera kao što su Orahovačko, Jankovac na Papuku, Lapovac kod Našica i slično. Dva prethodno navedena parka prirode, odnosno Kopački rit i Papuk spadaju u zaštićenu prirodnu baštinu, dok u zaštićenu kulturno-povijesni baštinu spadaju muzeji i dvoji, svetišta, sakralna baština, slikovitost starih gradskih jezgri, ruševine te memorijalni centar Domovinskog rata na području Vukovara.¹⁹

Postoje i mnoge manifestacije koje se održavaju, a neke od njih su Vinkovačke jeseni, Dani prvog hrvatskog piva, Đakovački vezovi, Miholjačko sijelo, Osječke ljetne noći, Osječko ljeto mladih, Noć muzeja, Glazbeni festival Pjesme Podravine i Podravlja i slično. Kada se govori o kulturnim i vjerskim ustanovama

¹⁸Boranić Živoder, S. i sur., op. cit., str. 17.

¹⁹Boranić Živoder, S. i sur., op. cit., str. 18.

mogu se istaknuti Aljmaš, Đakovačka katedrala, mnogi samostani, kazališta i muzeji te Konkatedrala sv. Petra i Pavla Apostola u Osijeku.²⁰

3.2. Prirodni i društveni resursi

Općenito o društvenim resursima se može se reći da oni predstavljaju nešto što je svojstveno narodu, odnosno u njih se ubraja narodna nošnja, folklor, gastronomija, proizvodi ručno izrađeni i tomu slično. Kulturno-povijesni resursi Slavonije se odlikuju i mnogim arheološkim nalazištima kao što su Bijelo Brdo, Muzej vučedolske kulture te sam Vučedol.²¹

Na području Vinkovaca ima Orion kalendara koji predstavlja nalazište, dok također ima i arheološki park. Na području Osijeka se ističe Tvrđava, spomenik nulte kategorije u kojem se nalaze Vodena vrata, Kužni pil, Muzej Slavonije i tomu slično. Na području Đakova glavnu atrakciju čine Đakovačka katedrala te spomenik grada i ujedno je važno Bogoslovno sjemenište, crkva Svih svetih te Biskupski dvor.

Svatovac, Crkveno pučko pjevanje, Umijeća izrade rukotvorina, Bećarac te razni plesovi predstavljaju nematerijalna dobra Slavonije, odnosno neka od njih. Također je Slavonija poznata po proizvodnji raznih gastronomskih specijaliteta kao što su čvarci, kulen i domaća rakija.²²

Kada se govori o prirodnim resursima može se reći da oni predstavljaju razne oblike resursa koji služe kao osnova gospodarske aktivnosti. Oni se mogu klasificirati u pet skupina, odnosno pejzažne, klimatske, hidrografske, geomorfološke te biogeografske. Kada se govori o klimi, Slavonija ima umjereno toplu i vlažnu klimu gdje su ljeta pretežito topla. Prema geomorfološkom obilježju

²⁰Boranić Živoder, S. i sur., op. cit., str. 18.

²¹Knežević, R.: Contents and assessment of basic tourism resources, str. 31., dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/181049>, (09.08.2022.)

²²Knežević, R., op. cit., str. 32.

Slavonija je izrazito ravna s brežuljcima na zapadu. Sava, Dunav, Drava te Kopački rit predstavljaju hidrografske resurse Slavonije. U pejzažne resurse se ubraja ljepota parkova prirode, odnosno Papuka i Kopačkog rita te mnogih raznih spomenika.²³

²³Knežević, R., op. cit., str. 24.

4. KULTURNI TURIZAM GRADA OSIJEKA

Kako bismo dobili što bolju sliku trenutnog stanja u kulturnom turizmu na području Osijeka, prikazati će se SWOT analiza.

Tablica 1. SWOT analiza kulturnog turizma Osijeka

SNAGE	SLABOSTI
Prepoznatljivost kulturne baštine Duga tradicija kulturnog života u Osijeku Veliki broj već postojećih kulturnih događanja Dobri kulturni projekti Niz raznih kulturnih institucija Dobra geografska pozicija	Nedovoljna prepoznatljivost kulturnih događanja Nedostatak suradnje kulturnih institucija Nedovoljna turistička aktivnost u promicanju kulture Nedovoljna promocija i ulaganje u marketing Nedostatak povezanosti kulture i turizma Nedovoljni smještajni kapaciteti u blizini atraktivnih lokacija
PRILIKE	PRIJETNJE
Sve veći interes za kulturnim turizmom Politička volja lokalne i državne vlasti za razvojem kulturnog turizma UNESCO i Europska prijestolnica kulture kao razvojni potencijali Međunarodna suradnja na zajedničkim projektima Međunarodne inicijative	Velika konkurencija kulturnih i turističkih destinacija u zemlji i inozemstvu Nedovoljno ulaganje u razvoj kulturnog turizma u Republici Hrvatskoj Nedovoljno ulaganje u suvremena sredstva komunikacije (Internet promocija) Velik broj svjetskih mjesta koja već duže vrijeme ulažu u kulturni turizam

Izvor: Glavaš, J., Mavrin, I.: Potentials of Osijek as a Centre of Cultural Tourism, dostupno

na: https://www.researchgate.net/publication/227463036_Potentials_of_Osijek_as_a_Centre_of_Cultural_Tourism, (11.08.2022.)

Osijek ima velike potencijale za razvoj kulturnog turizma kao ključne gospodarske djelatnosti. U prvom redu potrebno je iskoristiti postojeće prednosti, te razviti jasnu strategiju razvoja turizma kroz kulturne potencijale. Uspješan model razvoja kulturnog turizma može se stvoriti spojem baštine, postojećih kulturnih institucija te aktualnih i novih događanja. Kroz aplikacije za pretprikladne fondove EU, ali i kroz sudjelovanje u raznim europskim i svjetskim kulturnim inicijativama, Osijek može postati nova turistička hit destinacija.

4.1. Razvoj kulturnog turizma

Programi koje nude Osječko-baranjska županija s fokusom na grad Osijek iz godine u godinu privlače sve veći broj posjetitelja te pomažu razvoju turizma. Grad Osijek zaista ima veoma vrijednu materijalnu i nematerijalnu kulturnu baštinu. U gradu su zastupljene razne kulturne aktivnosti kao što su muzeji, izložbe, razne manifestacije, koncerti i slično i iz godine u godinu sve se više baština stavlja u funkciju turizma.²⁴

Osijek ima mnogo potencijala koji se iz godine u godinu sve više ističu u razvoju kulturnog turizma. No, općenito se smatra kako bi proces trebao biti brži. Iz prethodno prikazane SWOT analize vidljivo je da postoji nedostatak suradnje kulturnih institucija, nedovoljna promocija i ulaganje u marketing, nedovoljni smještajni kapaciteti u blizini atraktivnih lokacija i slično na kojima bi grad trebao poraditi kako bi se kulturni turizam razvio u još boljoj mjeri.

No bez obzira na prikazane poteškoće, može se reći kako mnogobrojni festivali kao i manifestacije utječu na kulturno-turistički razvoj i na taj način privlače velik broj posjetitelja. Upornošću i kvalitetnim radom moglo bi se utjecati da se

²⁴Glavaš, J., Mavrin, I.: Potentials of Osijek as a Centre of Cultural Tourism, str. 21., dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/227463036_Potentials_of_Osijek_as_a_Centre_of_Cultural_Tourism, (13.08.2022.)

kulturni turizam razvije u još većoj mjeri i da se Osijek pozicionira na višu poziciju turističke industrije Republike Hrvatske.²⁵

4.2. Kulturno-povijesna baština

Ostavština bogate povijesti je niz kulturnih spomenika koji sadrže bisere europske riznice. Ovdje su rijeke Drava i Dunav i druge stvorile plodno tlo za život ljudi na kojem su se doselili Kelti, a kasnije i Rimljani, ostavivši snažan trag u povijesti golemih europskih regija i šire. Tu su najvjerojatnije vodili putovi razmjene između Tračana i Etruščana, a upravo su tim rijekama, uz močvare i kroz panonske šume putovali mnogi drugi narodi sa sjevera na jug i natrag.²⁶

Mnogi gradovi i sela u regiji bili su svjedoci kasnijih povijesnih događaja. Barokne građevine svjedoče o sjecištu života velikih vojnih garnizona, državne službe, trgovačkog i obrtničkog staleža; mnogi raskošni dvorci u Valpovu, Bilju, Kneževu, Donjem Miholjcu, Našicama svjedočanstvo su prakse plemićkih obitelji koje su se brinule o zemlji i nastanku nove gospodarske prakse. Đakovačka katedrala i Biskupski dvor odraz su života Crkve na ovim prostorima. Kulturnu baštinu mnogih gradova čine brojni neoklasicistički i secesijski spomenici rame uz rame s modernom arhitekturom.²⁷

Duga i burna povijest ostavila je Osijeku brojne kulturno-povijesne spomenike, posebice one iz 18. i 19. stoljeća. Iako tek djelomično očuvana, Tvrđava, simetrična gradnja u stilu baroka, jedna je od najvažnijih antičkih gradskih jezgri i urbanih cjelina u Hrvatskoj i šire. Spomenici barokne Tvrđe grupirani su oko glavnog trga izgrađenog u četverokutnom tianu, sv. Roka, sv. Rozalije i sv. Katarine). Jedna je od najatraktivnijih baroknih građevina u Osijeku. Zgrada u kojoj se danas nalazi Muzej Slavonije sagrađena je 1702. godine u baroknom stilu za

²⁵Glavaš, J., Mavrin, I., op. cit., str. 22.

²⁶Živković, P.: Turistička privlačnost Osječko-baranjske županije, Gradska tiskara Osijek, Osijek 2008., str. 31.

²⁷Živković, P., op. cit., str. 32.

nekadašnji gradski magistrat. Nasuprot njemu nalazi se zgrada gradske straže iz 1709. godine, okrenuta prema središnjem kvadratnom obliku, kojom dominira veličanstveni barokni kip Kuge - stup Svetog Trojstva - podignut 1730. godine. Veliki kapitel vitkog stupa predstavlja Presveto Trojstvo s anđelima na oblaci. Ispod je postolje s volutama na kojima su smješteni zaštitnici od kuge. Kužnom kipu 1784. dodana su četiri zasebna postolja s kipovima četiri sveca. Na sjevernoj strani vidi se glavno sjedište (današnja Upravna zgrada Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera i Agronomski fakultet).²⁸

Od sakralnih spomenika kulture svakako treba spomenuti stari franjevački samostan (s dva krila – istočnim i južnim – u obliku slova L). Gradnja je započela 1699., a dovršena je 1705. U razdoblju od 1731. do 1733. istočno od crkve dograđeno je novo samostansko krilo, koje je zapravo postalo novi samostan dovršen 1761.godine i spojen s istočnim krilom sv. stara samostanska zgrada nadstvođenim lukovima. U razdoblju od 1709. do 1732. franjevci grade baroknu Crkvu sv. Križa, koju su Osječani prozvali crkva sv. Ante. Oltar je smješten na istoku, ulaz na zapadu, a njegov stražnji dio na jugu. Tijekom izgradnje povezivala je hodnik i potkrovlje orgulja sa samostanom; glavni oltar sv. Križa (izgrađen 1726.) odmaknut je od zida i na njega je postavljen kip Gospe od Judeje iz 15. stoljeća. U crkvi se čuvaju mnoge vrijedne oltarne slike i drugi dijelovi crkvenog namještaja.²⁹

Župna crkva sv. Mihaela arkandžela, zaštitnika crkve, nalazila se u zapadnom uglu Trga Jurja Križanića. Ova kolosalna građevina s dvoranom i dva masivna zvonika na istočnom pročelnom dijelu reprezentativan je primjer austrijske sakralne barokne arhitekture u Slavoniji. Zahvaljujući svojoj veličini i vrlo vrijednim baroknim predmetima, ova uzdužna jednobrodna građevina s dvije bočne kapele sa svake strane lađe i zaobljenim svetištem dominira ne samo glavnim trgom nego i cijelim prostorom. Građena u stilu kasnog baroka karakterističnom za kontinentalnu Hrvatsku, kojoj nedostaju samo oslikani zidovi na unutarnjim

²⁸Živaković-Kerže, Z.: Osijek, povijest, kultura, umjetnost, prirodne ljepote, Turistička naklada, Zagreb, 2004., str. 41.

²⁹Živković, P., op. cit., str. 36.

zidovima, ova crkva spada među najznačajnije sakralne objekte Đakovačko-osječke nadbiskupije.³⁰

Jedan od najstarijih sakralnih kulturno-povijesnih spomenika je Kapucinski samostan sagrađen 1710. godine i današnja barokna crkva sv. Jakova iz 1727. godine. Jednostavnog je pročelja bez ikakvih ukrasa. Unutrašnjost crkve ukrašena je reprezentativnim uljanim slikama u drugoj polovici 18. i tijekom 19. stoljeća. Neizmjereno je vrijedna monumentalna oltarna pala izgrađena u kasnobaroknom stilu bečke Umjetničke akademije s prikazom patrona crkve, apostola sv. Jakova starijeg u bitci s Maurima.

Središtem Gornjeg grada dominira župna crkva sv. Petra i Pavla, pročelja od opeke. Njezinu gradnju od 1894. do 1898. podupirao je tadašnji bosansko-đakovačko-srijemski biskup Josip Juraj Strossmayer. Njegov zvonik, uočljiv sa svih strana, visok je 90 metara. Unutrašnjost crkve podijeljena je na četiri galerije. Među crkvenim blagom posebno su vrijedne freske Mirka Račkog. Župna crkva sv. Petra i Pavla dala je središnjem trgu (Trgu Ante Starčevića).³¹

Među brojnim građevinama svjetovne arhitekture na Gornjem gradu posebno se ističe palača u kojoj je bilo sjedište tadašnje Virovitičke županije, izgrađena 1864. godine u maniri klasicizma, a koja se danas koristi kao sjedište Osječko-baranjske županije. Županijsko poglavarstvo; zgrada Hrvatskog narodnog kazališta izgrađena 1866. godine u "pseudomaurskom stilu" i zgrada Hrvatske gospodarske komore, smještena u Europskoj aveniji. Avenija se može pohvaliti čitavim nizom javnih i privatnih zgrada izgrađenih u razdoblju od 1904. do 1905. godine, koje čine najljepši niz secesijskih zgrada u Hrvatskoj. Među njima su zgrada glavne pošte i kino Urania izgrađeno 1912. godine.³²

³⁰Benašić, Z. i sur.: *Gastronomija & turizam sjeverno-istočne Hrvatske*, Privlačica, Vinkovci, 1999., str. 67.

³¹Živaković-Kerže, Z., op. cit., str. 49.

³²Živković, P., op. cit., str. 37.

Osječki Donji grad, izgrađen na starim temeljima antičkog grada Murse, uglavnom je grupiran oko glavnog trga. Brojni su vrijedni sakralni i svjetovni kulturno-povijesni spomenici. Među njima je barokna kapela sv. Roka sagrađena 1744. godine za vrijeme velike epidemije kuge i Marijin kip podignut 1754. godine. Župna crkva Presvetog Imena Marijina, najljepša barokna crkva, sagrađena je u razdoblju od 1733. do 1743. Bivša židovska sinagoga u Cvjetkovoju ulici, sagrađena 1902., u sastavu je Evandeosko-teološkog fakulteta u Osijeku. Tu su i brojne obiteljske kuće građene u kasnobaroknom stilu u drugoj polovici 18. stoljeća, poput kuća obitelji Aksmanović, Kragujević i drugih. U najzapadnijem dijelu Osijeka, poznatom i kao Retfala, izgrađen je jednokatni dvorac grofovske obitelji Pejačević u tzv. napoleonskom razdoblju od 1796. do 1801. godine u kasnobaroknom klasicizmu, karakterističnom za zapadnu i srednju Europu. tadašnja dvorska arhitektura. Danas pripada čudotvornoj medaljici Marijine legije. Zapadno od nekadašnjih vrtova nalazi se paviljonski izgrađena kapela-mauzolej posvećena obitelji Pejačević. Danas je sastavni dio groblja Retfala.³³

4.3. Promjene i trendovi koje kulturni turizam donosi gradu

Kulturni turizam jedno je od najvećih i najbrže rastućih svjetskih turističkih tržišta. Kultura i kreativne industrije sve se više koriste za promociju destinacija i povećanje njihove konkurentnosti i atraktivnosti. Mnoge lokacije sada aktivno razvijaju svoja materijalna i nematerijalna kulturna dobra kao sredstvo za razvoj komparativnih prednosti na sve konkurentnijem turističkom tržištu i za stvaranje lokalne posebnosti u svjetlu globalizacije.

Kulturni turizam Osijeku doprinosi mnogo dobrobiti. Naime, razvijanjem kulturnog turizma privlači se sve veći broj posjetitelja, utječe se na očuvanje kulturno-povijesne baštine, omogućuje se promocija lokalne sredine. Također, sve

³³Zivković, P., op. cit., str. 37.

veći razvoj kulturnog turizma utječe i na otvaranje novih radnih mjesta, donosi ekonomsku dobit gradu i tome slično.³⁴

4.4. Kulturni događaji

Na službenoj stranici grada Osijeka, navedeno je 17 kulturnih manifestacija, a to su:

1. „Osječko ljeto kulture
2. Koncertni ciklus
3. Kazališni maraton
4. Međunarodni festival umjetničke tamburaške glazbe
5. EPTA - Međunarodno natjecanje za mlade pijaniste „Dora Pejačević“
6. Memorijal Darko Lukić
7. Memorijal Franjo Krežma
8. Krležini dani
9. Sluk – Susret lutkara i lutkarskih kazališta
10. Projekti Akademije za umjetnost i kulturu Osijek
11. Dani Matice hrvatske
12. Slavonski biennale
13. Slavonijo, u jesen si zlatna
14. Pokladno jahanje
15. Kreativna riznica
16. MMML Studio
17. Godišnji izložbeni program Galerije Kazamat.³⁵

³⁴ Glavaš, J., Mavrin, I.: Potentials of Osijek as a Centre of Cultural Tourism, dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/227463036_Potentials_of_Osijek_as_a_Centre_of_Cultural_Tourism, (16.08.2022.)

³⁵ Grad Osijek: Kulturne manifestacije, dostupno na: <https://www.osijek.hr/kultura/kulturne-manifestacije/>, (16.08.2022.)

Osječko ljeto kulture predstavlja najveću kulturnu manifestaciju grada bogatu raznim programima kako bi se zadovoljile kulturne potrebe građana, ali i posjetitelja. Koncertni ciklus obuhvaća sve klasične koncerte koji su najvažniji u Osijeku na kojima sudjeluju solisti i ansambala iz Hrvatske i inozemstva. Kazališni maraton predstavlja događaj koji traje 3 dana i fokus je stavljen na kazališta u kojima se odigravaju mnoge predstave, ples, zabava i slično s ciljem obogaćivanja kulturnog život Osijeka. Međunarodni festival umjetničke tamburaške glazbe je događaj organiziran od strane Hrvatskog tamburaškog saveza s ciljem njegovanja te poticanja umjetničke tamburaške glazbe. Ova manifestacija okuplja dirigente, skladatelje, glazbene stručnjake, mlade glazbenike tamburaša i slično kako bi razmijenili znanja.³⁶

EPTA - Međunarodno natjecanje za mlade pijaniste „Dora Pejačević“ se odnosi na europsku udruhu klavirskih pedagoga koji se okupljaju u preko 40 država Europe. Također, ova manifestacija se provodi i u Osijeku gdje sudjeluju četiri skupine, tj. kandidati 11 godina i mlađi, 13 godina i mlađi, 16 godina i mlađi te 19 godina i mlađi. Memorijal Darko Lukić se odnosi na međunarodni susret na kojem sudjeluju pijanisti mlađe dobi u spomen velikom pijanistu Darku Lukiću. Memorijal Franjo Krežma je također događaj u spomen violinisti Franji Krežni na kojem sudjeluju mladi gudači.³⁷

Krležini dani predstavljaju manifestaciju koja se održava od 1987. godine u spomen Krleži kroz razne dramske književnosti i kazališta. Susret lutkara i lutkarskih kazališta je smotra recentnog lutkarskog stvaralaštva, dok se Projekti Akademije za umjetnost i kulturu odnose na razne događaje kao što su međunarodni susret kazališnih akademija Dioniz, međunarodni festival vokalne glazbe InterVox, edukacijsko-prezentacijski projekt Susreti u knjižnici i slično. Dani Matice hrvatske se odnose na kulturnu manifestaciju čiji se programi provode

³⁶Grad Osijek: Kulturne manifestacije, dostupno na: <https://www.osijek.hr/kultura/kulturne-manifestacije/>, (16.08.2022.).

³⁷Grad Osijek: Kulturne manifestacije, dostupno na: <https://www.osijek.hr/kultura/kulturne-manifestacije/>, (16.08.2022.).

kontinuirano tijekom cijele godine i publici nudi mogućnost praćenja aktualnih zbivanja u kulturi.

„Izložba Slavonski biennale tradicionalna je likovna manifestacija koju već više od 50 godina organizira Muzej likovnih umjetnosti u Osijeku te se održava svake dvije godine u prostorijama Muzeja osim u određenim slučajevima kada se izložba može organizirati i prenijeti i u druga mjesta i izložbene prostore.“³⁸

Manifestacija pod nazivom "Slavonijo, u jesen si zlatna" predstavlja programe koji traju četiri dana i odnose se na niz zabavnih, kulturnih te gastro i gospodarskih sadržaja. Pokladno jahanje se odnosi na slavonski običaj iz davnina gdje jahači jašu na lipicancima kroz selo u narodnim nošnjama. Kreativna riznica je manifestacija koja se odnosi na popularizacijski simpozij praktičara i znanstveni oko milenijske uloge kreativne industrije. MML Studio predstavlja projekt kojem je cilj prikazati platformu za vizualna istraživanja osmišljen od strane neprofitne organizacije UKRO. Posljednja manifestacija Godišnji izložbeni program Galerije Kazamat se odnosi na prikaz raznih umjetnina.³⁹

4.5. Kretanje turističkog prometa u kulturnim ustanovama grada Osijeka

U nastavku se fokus stavlja na ukupan prikaz broj posjetitelja za tri kulturne ustanove u Osijeku, odnosno muzej likovnih umjetnosti, muzej Slavonije te Hrvatsko narodno kazalište.

4.5.1. Muzej likovnih umjetnosti

Kroz tablicu 2. prikazuje ukupan broj posjetitelja u razdoblju od 2018. do 2021. godine.

³⁸Grad Osijek: Kulturne manifestacije, dostupno na: <https://www.osijek.hr/kultura/kulturne-manifestacije/>, (16.08.2022.).

³⁹Grad Osijek: Kulturne manifestacije, dostupno na: <https://www.osijek.hr/kultura/kulturne-manifestacije/>, (16.08.2022.).

Tablica 2. Ukupan broj posjetitelja muzeja likovnih umjetnosti od 2018. do 2021. godine

TIP POSJETITELJA	2018.	2019.	2020.	2021.
Odrasli (pojedinačni posjet)	2.912	2.533	3.020	546
Karta s popustom, pojedinačni posjet (djeca, mladi, umirovljenici)	0	0	43	145
Grupe - odrasli (broj osoba)	2.241	2.753	338	462
Grupe - predškolski uzrast (broj osoba)	674	488	146	68
Grupe – osnova škola (broj osoba)	1.867	4.242	1.230	4.963
Grupe - srednja škola(broj osoba)	1.324	1.639	287	1.192
Grupe - studenti (broj osoba)	271	414	117	393
Osobe s posebnim potrebama (broj osoba)	32	0	0	0
Obiteljska ulaznica (broj osoba)	0	0	9	30
Strani turisti (od ukupnog broja, pojedinačno i grupno)	0	0	1	0
Besplatan ulaz (od ukupnog broja)	6.903	5.592	2.954	4.408
UKUPNO	9.321	12.069	5.191	7.799

Izvor: Muzej likovnih umjetnosti: Izvješće o radu za 2018., 2019., 2020. i 2021. godinu, (15.09.2022.)

Iz tablice 2. vidljivo je kako je ukupan broj posjetitelja za 2018. godinu bio 9.321, dok je za 2019. godinu zabilježen porast posjeta, odnosno ukupno 12.069 što je 29.5% više u odnosu na prethodnu godinu. Pored toga, vidljivo je kako je tijekom 2020. i 2021. godine broj posjeta drastično pao, ali tome je pridonijela

pandemija COVID-19 zbog koje su bila zabranjena putovanja, okupljanje u većem broj i slično što je naravno rezultiralo i manjim brojem posjeta.

Tijekom 2020. i 2021. godine muzej likovnih umjetnosti je zbog pandemije COVID-19 organizirao i online posjećenost. U 2020. godini zabilježili su 28.792 online posjete, dok su video kanal i društvene mreže imale 260.455. pregleda. U 2021. godini zabilježeno je 18.764 online posjeta, dok je skupljeno 117.544 pregleda na društvenim mrežama i video kanalu.⁴⁰

4.5.2. Muzej Slavonije

Kroz tablicu 3. prikazuje se ukupan broj posjetitelja u razdoblju od 2018. do 2021. godine.

Tablica 3. Ukupan broj posjetitelja muzeja Slavonije od 2018. do 2021. godine

TIP POSJETITELJA	2018.	2019.	2020.	2021.
Odrasli (pojedinačni posjet)	5.740	10.481	/	5.005
Karta s popustom, pojedinačni posjet (djeca, mladi, umirovljenici)	4.884	446	/	144
Grupe - odrasli (broj osoba)	869	288	/	90
Grupe - predškolski uzrast (broj osoba)	439	161	/	448
Grupe – osnova škola (broj osoba)	3.743	3.706	/	1.356
Grupe - srednja škola(broj osoba)	3.743	510	/	256
Grupe - studenti (broj osoba)	382	184	/	769
Osobe s posebnim potrebama (broj osoba)	43	162	/	0
Obiteljska ulaznica (broj osoba)	74	140	/	0

⁴⁰ Muzej likovnih umjetnosti: Izvješće o radu za 2020. i 2021. godinu.

Strani turisti (od ukupnog broja, pojedinačno i grupno)	458	1.314	/	492
Besplatan ulaz (od ukupnog broja)	8.090	8.000	/	4.170
UKUPNO	20.375	17.392	5.935	8.560

Izvor: Muzej Slavonije: Godišnje izvješće o radu za 2018., 2019., 2020. i 2021. godinu, (15.09.2022.)

Iz tablice 3. vidljivo je kako je najviše turista posjetilo muzej 2018. godine, dok je zabilježen od 14,6% posjeta tijekom 2019. u odnosu a prethodnu godinu. U izvješću o poslovanju muzeja Slavonije za 2020. godinu nema navedenih podataka o tipovima posjetitelja, nego samo ukupan broj posjeta. Razlog tomu je izbijanje pandemije COVID-19 zbog čega je i muzej bio zatvoren 2 mjeseca. No, tijekom 2021. godine je došlo do poboljšanja situacije, i vidljivo je kako je broj posjeta bio 8.560, što je značajan porast u odnosu na 2020. godinu.

4.5.3. Hrvatsko narodno kazalište

Kroz tablicu 4. prikazuju se podaci o ukupnom broju posjeta Hrvatskog narodnog kazališta u Osijeku u razdoblju od 2017. do 2021. godine.

Tablica 4. Ukupan broj posjetitelja od 2017. do 2021. godine

Godina	Ukupan broj posjetitelja
2017.	49.578
2018.	48.193
2019.	47.790
2020.	19.279
2021.	21.291

Izvor: Podaci dobiveni pismenim putem od ured.intendantice@hnk-osijek.hr,
(15.09.2022.)

Iz tablice 4. vidljivo je kako je ukupan broj posjetitelja manje više podjednak u razdoblju od 2017. do 2019. godine, dok je zabilježen značajan pad za 2020. i 2021. godinu, koji iznosi više od 50%. Kao što je navedeno i kod prethodnih muzeja, razlog smanjenom broju posjeta je pandemija COVID-19.

4.6. Projekcije za budućnost

Prethodno je prikazan razvoj kulturnog turizma grada Osijeka. Može se zaključiti kako Osijek zaista ima bogatu kulturno-povijesnu baštinu, kao i razne kulturne događaje koji doprinose razvoju kulturnog turizma. Općenito govoreći Osijek ima dobro razvijen kulturni turizam, ali naravno postoji dosta mjesta za njegovo poboljšanje. Grad bi trebao više pozornosti posvetiti promoviranju kulturne baštine i kulturnih događaja, ostvariti bolju suradnju s kulturnim institucijama i slično. Nema sumnje kako će u budućnosti Osijek sve više pozornosti posvećivati razvoju kulturnog turizma, što će se zasigurno pomoći njegovoj promociji, tj. stvarnju boljeg imidža turističke destinacije, utjecati na ostvarenje ekonomske dobiti, povećati potrebu za radnom snagom i slično.

5. ANALIZA ISTRAŽIVANJA STANOVNIŠTVA GRADA OSIJEKA O STANJU I MOGUĆNOSTIMA RAZVOJA KULTURNOG TURIZMA U OSIJEKU

Kroz istraživački dio ispituje se stanovništvo grada Osijeka o dosadašnjem razvoju kulturnog turizma, njegovom utjecaj na grad i život stanovništva te postoji li mjesto za poboljšanje ove vrste turizma u budućnosti. Najprije se prikazuje hipoteza i cilj istraživanja, zatim metodologija, rezultati i naposljetku rasprava.

5.1. Cilj i hipoteze istraživanja

Cilj istraživanja je ispitati stanovništvo grada Osijeka o dosadašnjem razvoju kulturnog turizma, njegovom utjecaj na grad i život stanovništva te postoji li mjesto za poboljšanje ove vrste turizma u budućnosti. Postavljene su dvije hipoteze, tj. jedna glavna i pomoćna:

Glavna hipoteza: H1: Kulturni turizam grada Osijeka je dobro razvije, no postoji prostora za njegovo poboljšanje i napredak.

H1.1.: Razvojem kulturnog turizma u gradu Osijeku poboljšava se i životna sredina lokalnog stanovništva.

5.2. Metodologija istraživanja

Istraživanje je provedeno pomoću online anketnog upitnika kreiranog putem Google formsa kako bi se dosegao što veći broj ispitanika. Anketni upitnik je jedna od najčešćih metoda kojom se prikupljaju, analiziraju te obrađuju i predstavljaju dobiveni rezultati te se putem nje mogu ostvariti značajni znanstveni rezultati. Istraživanje je provedeno tijekom srpnja 2020. godine. Kriterij uključivanja u istraživanje je bio da su ispitanici stanovnici grada Osijeka. Dobiveni rezultati

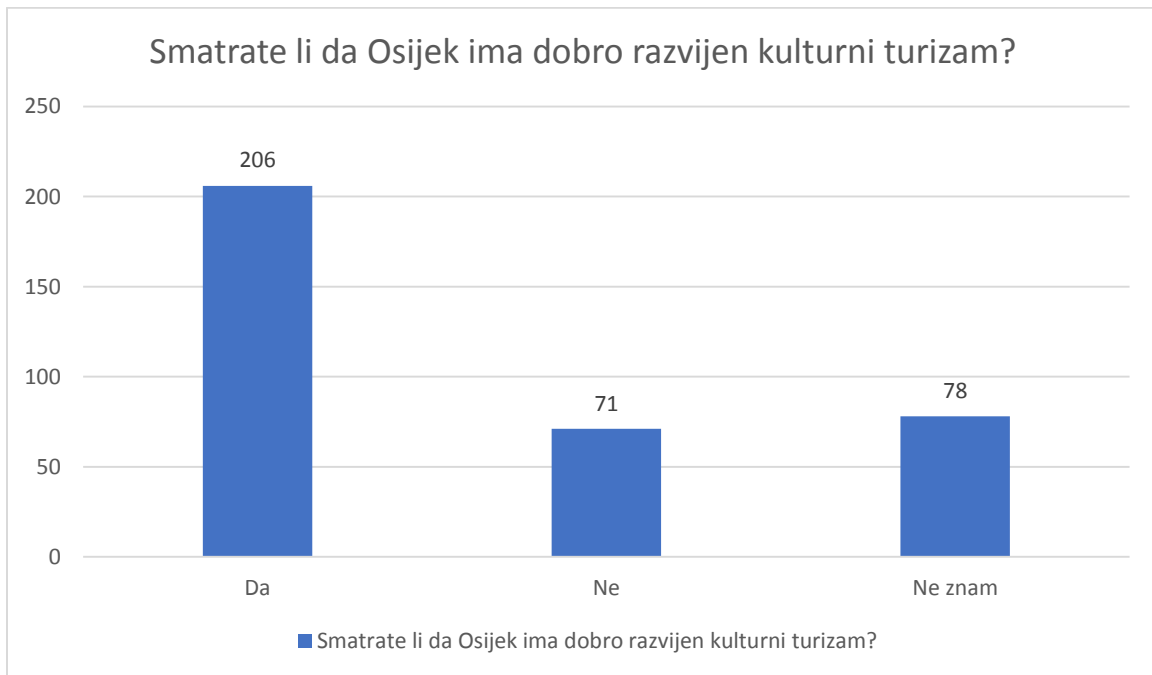
statistički su obrađeni pomoću Microsoft office paketa, točnije Excela. Svaki odgovor je pokrijepljen odgovarajućim grafikonom i obrazloženjem.

5.3. Rezultati istraživanja

Istraživanje je provedeno na ukupnom uzorku (N=355) ispitanika, od toga je 197 ispitanika (55.5%) muškog spola i 158 ispitanika (44.5%) ženskog spola. Najviše ispitanika, njih 157 (44.2%) pripada dobnoj skupini 46+ godina, 98 ispitanika (27.6%) skupini od 36-45 godina, dok 62 ispitanika (17.5%) skupini od 26-35 godina, a 38 njih (10.7%) skupini od 18-25 godina.

Više od polovice ispitanika, njih 209 (58.9%) ima završenu višu stručnu spremu (VŠS), dok 89 ispitanika (25.1%) ima završenu visoku stručnu spremu (VSS), a 57 njih (16%) srednju stručnu spremu (SSS). Najviše ispitanika, odnosno njih 147 (41.4%) u Osijeku živi 20+ godina, dok 98 ispitanika (27.6%) živi od 11-20 godina. 63 njih (17.7%) je navelo kako u Osijeku žive od 6-10 godina, a 45 ispitanika (12.7%) 5 godina ili manje.

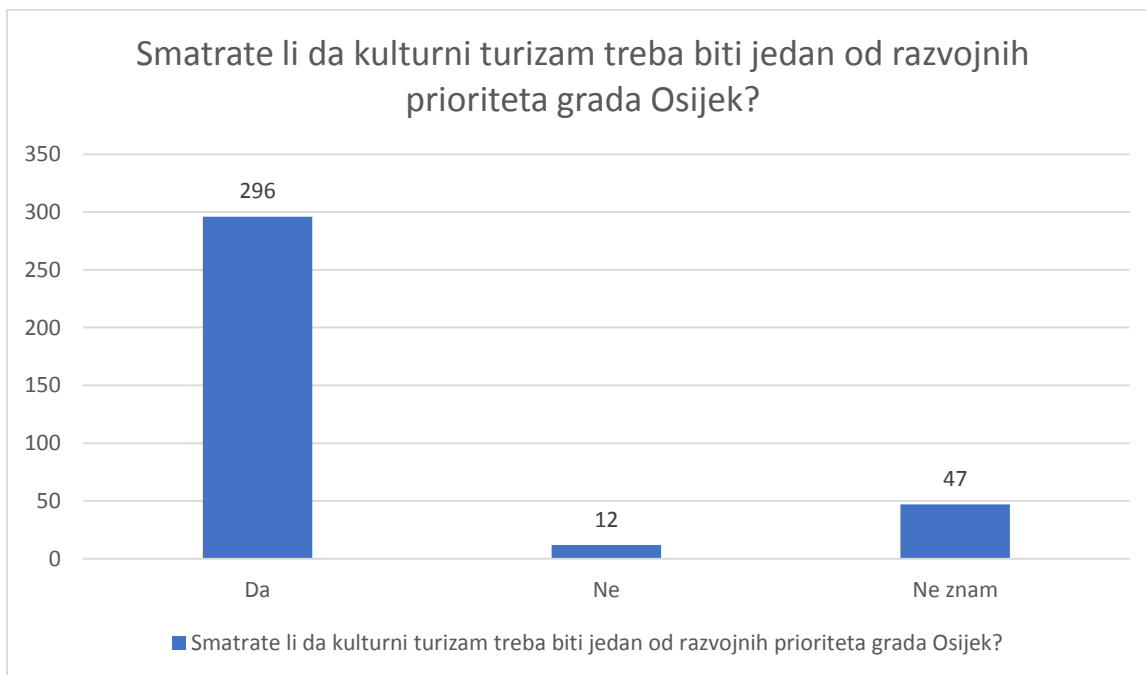
Grafikon 1. Razvijenost kulturnog turizma Osijeka



Izvor: Izrada autora na temelju vlastitog istraživanja

Grafikon 5. prikazuje stavove ispitanika o razvoju kulturnog turizma Osijeka. Više od polovice ispitanika, njih 206 (58%) je navelo kako smatraju da Osijek ima dobro razvijen kulturni turizma, dok 78 ispitanika (22%) ne zna, odnosno nema stav, a 71 njih (20%) je navelo kako se ne slažu s tim, odnosno smatraju da kulturni turizam nije dovoljno razvijen.

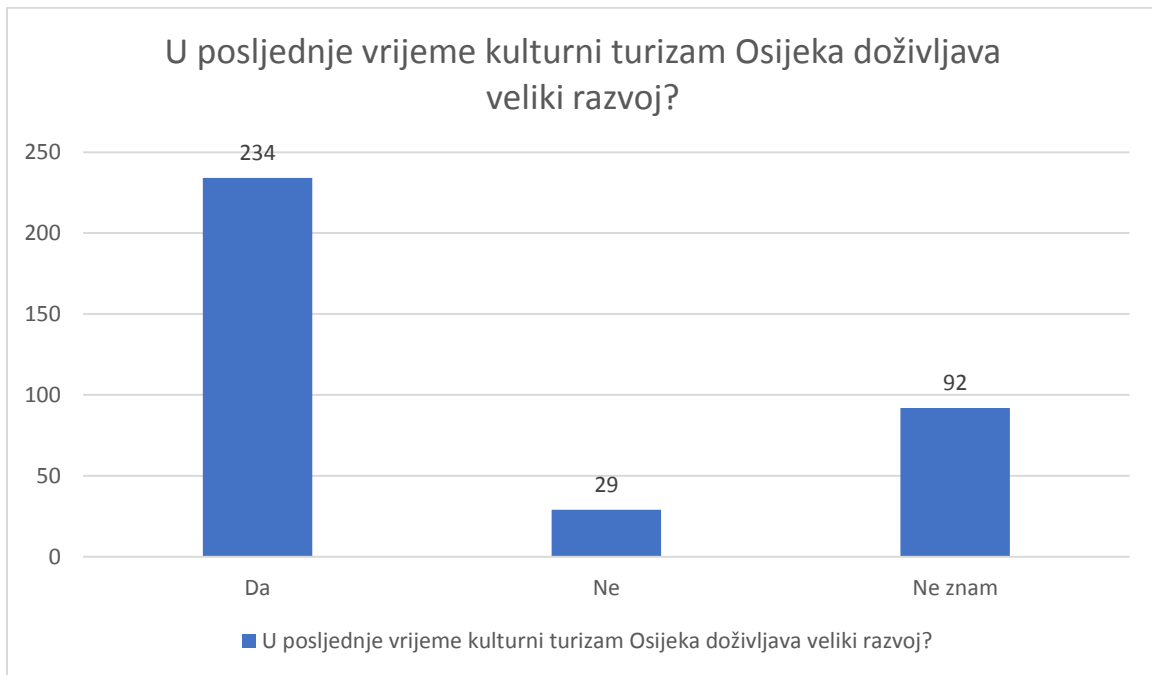
Grafikon 2. Kulturni turizam kao razvojni prioritet Osijeka



Izvor: Izrada autora na temelju vlastitog istraživanja

Grafikon 6. prikazuje stavove ispitanika o kulturnom turizmu kao jednom od razvojnih prioriteta Osijeka. Velika većina ispitanika, njih 296 (83.4%) je navelo kako smatraju da kulturni turizam treba biti jedan od razvojnih prioriteta Osijeka, dok 47 ispitanika (13.2%) ne znam, tj. nema stav, a njih 12 (3.4%) smatra kako to ne treba biti razvojni prioritet.

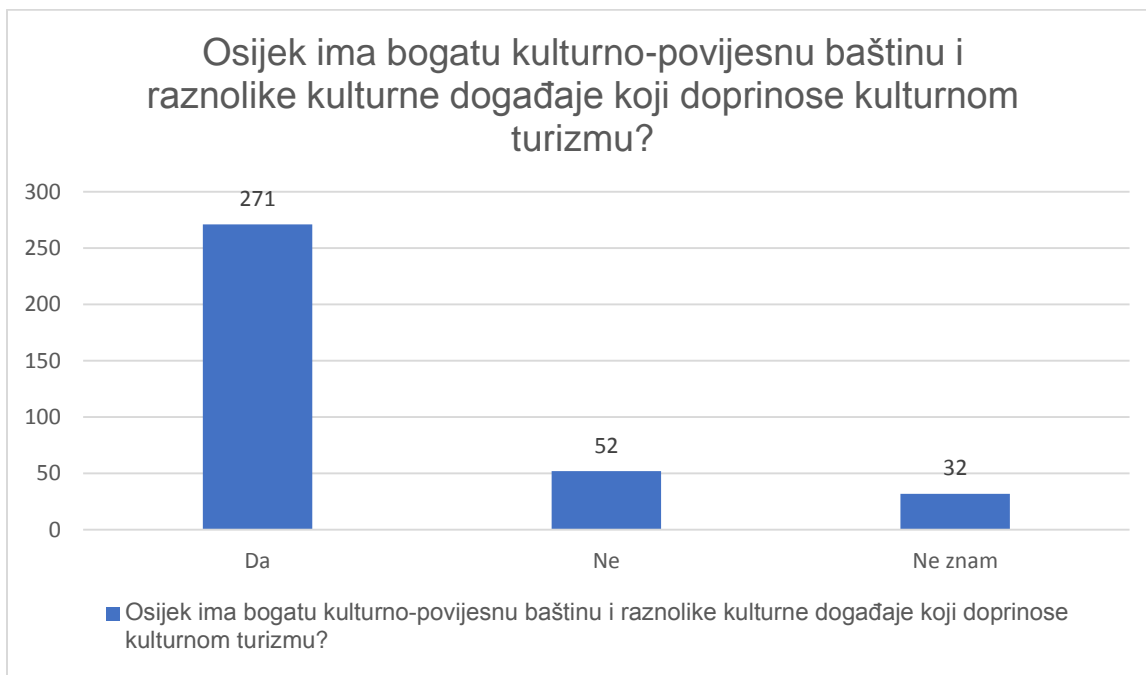
Grafikon 3. Razvoj kulturnog turizma Osijeka u posljednje vrijeme



Izvor: Izrada autora na temelju vlastitog istraživanja

Grafikon 7. prikazuje stavove ispitanika o razvoju kulturnog turizma Osijeka u posljednje vrijeme. Više od polovice ispitanika, njih 234 (65.9%) je navelo kako se slažu da kulturni turizam doživljava veliki razvoj u posljednje vrijeme, dok su 92 ispitanika (25.9%) navela kako ne znaju, a njih 29 (8.2%) da se ne slažu s tim, odnosno smatraju kako ne doživljava veliki razvoj.

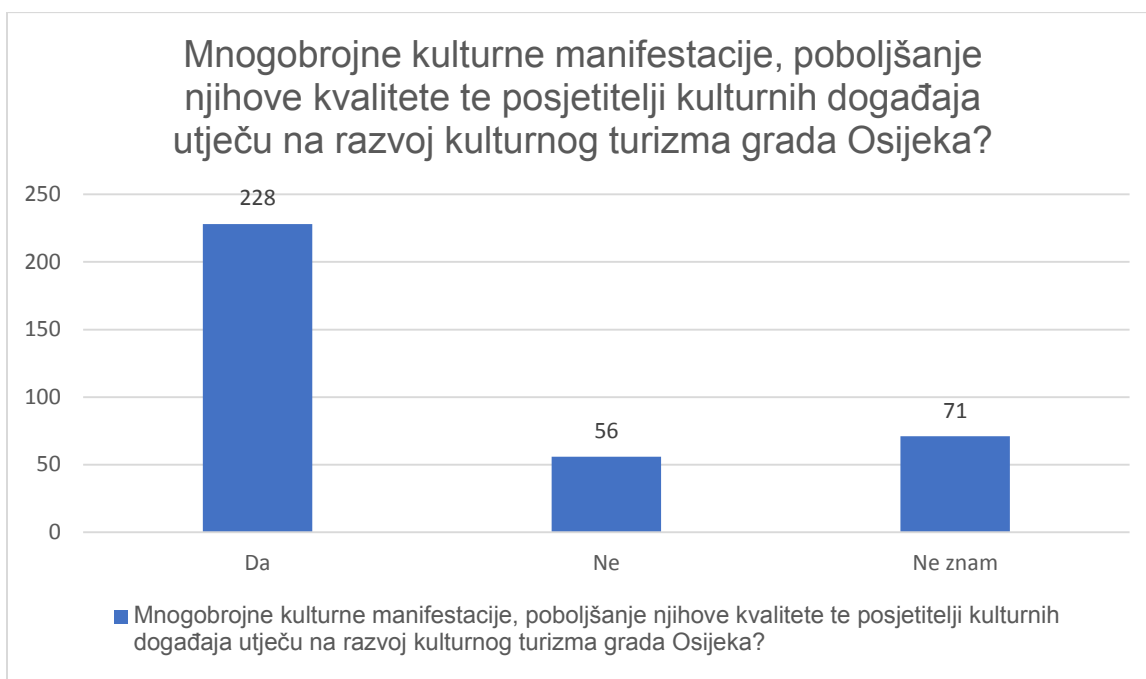
Grafikon 4. Kulturno-povijesna baština i kulturni događaji Osijeka



Izvor: Izrada autora na temelju vlastitog istraživanja

Grafikon 8. prikazuje stavove ispitanika o kulturno-povijesnoj baštini i kulturnim događajima Osijeka. Velika većina ispitanika, njih 271 (76.3%) je navelo kako smatraju da Osijek ima bogatu kulturno-povijesnu baštinu i raznolike kulturne događaje koji doprinose kulturnom turizmu, dok je 52 ispitanika (14.7%) nemaju isto mišljenje, odnosno smatraju da ne doprinose, a 32 ispitanika (9%) su navela kako ne znaju.

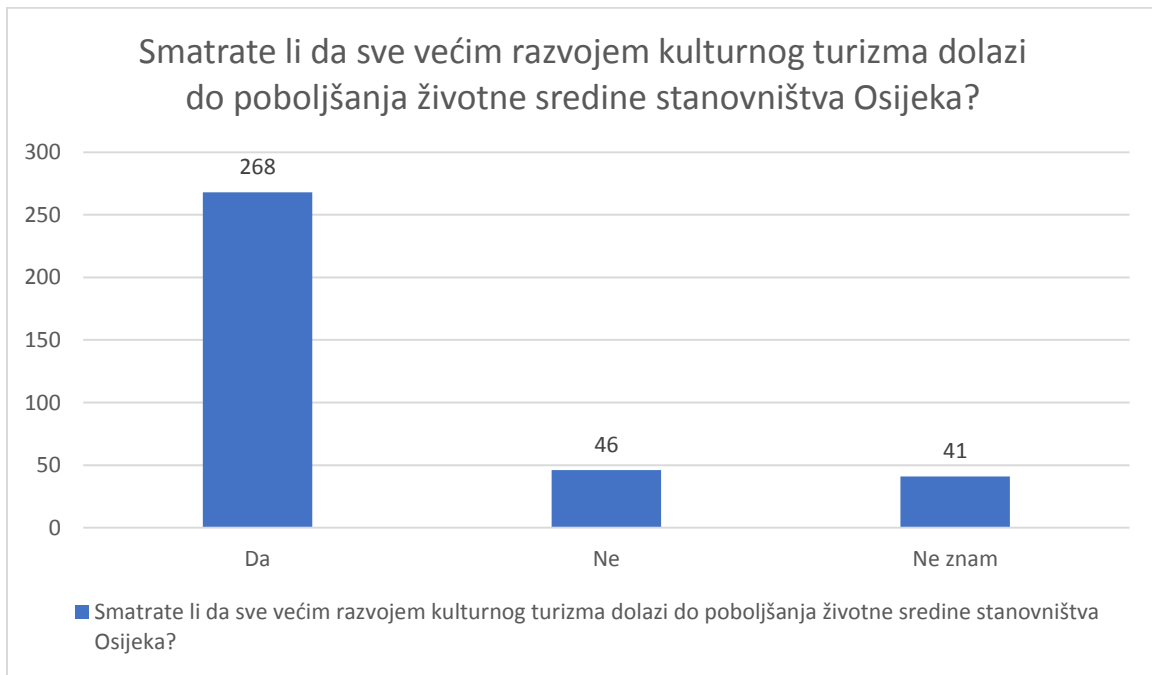
Grafikon 5. Kulturne manifestacije i njihov utjecaj na razvoj kulturnog turizma Osijeka



Izvor: Izrada autora na temelju vlastitog istraživanja

Grafikon 9. prikazuje stavove ispitanika o kulturnim manifestacijama i njihovom utjecaju na razvoj kulturnog turizma Osijeka. Više od polovice ispitanika, njih 228 (64.2%) smatra da mnogobrojne kulturne manifestacije, poboljšanje njihove kvalitete te posjetitelji kulturnih događaja utječu na razvoj kulturnog turizma grada Osijeka, dok 71 ispitanik (20%) ne zna utječu li, a 56 ispitanika (15.8%) smatra kako ne utječu na razvoj kulturnog turizma.

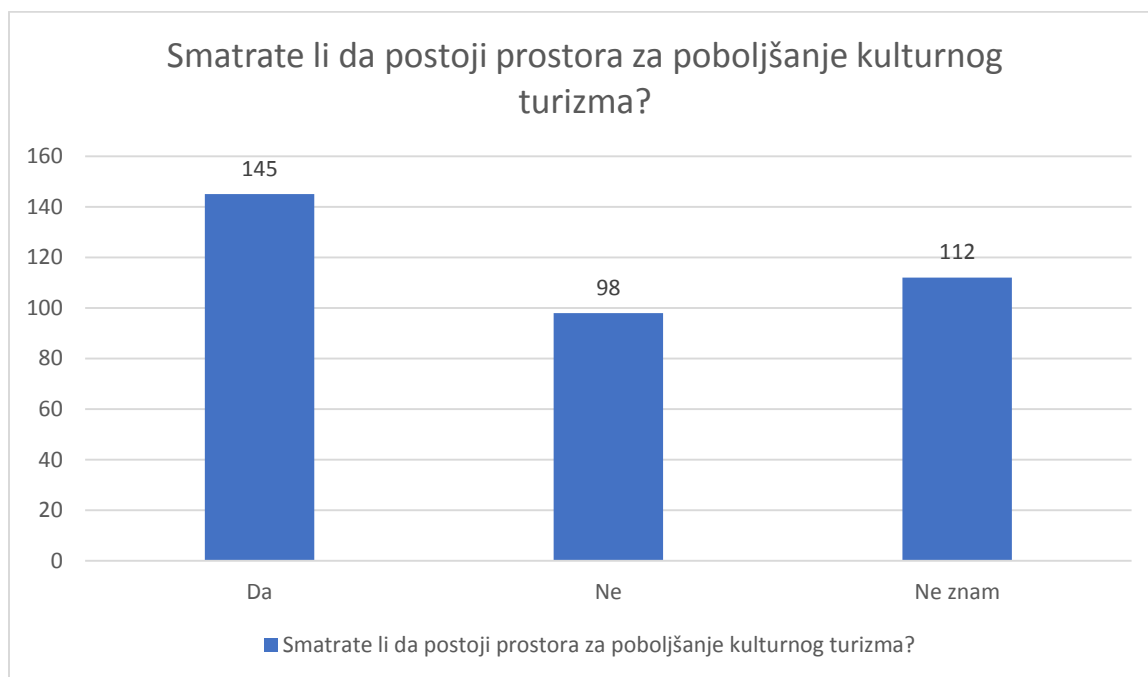
Grafikon 6. Poboljšanje životne sredine stanovništva razvojem kulturnog turizma



Izvor: Izrada autora na temelju vlastitog istraživanja

Grafikon 10. prikazuje stavove ispitanika utjecaju razvoja kulturnog turizma na poboljšanje životne sredine stanovništva. Velika većina ispitanika, točnije njih 268 (75.5%) je navelo kako smatraju da veći razvoj kulturnog turizma dovodi do poboljšanja životne sredine stanovništva, dok 46 ispitanika (13%) ne dijeli isto mišljenje, a njih 41 (11.5%) ne zna.

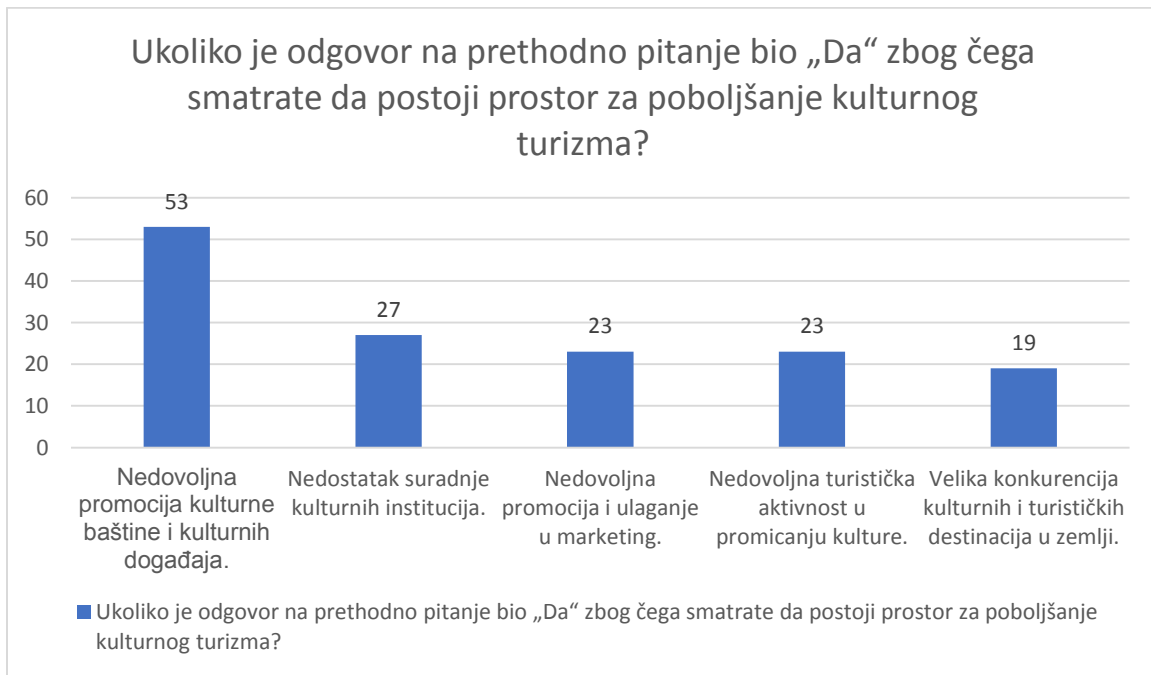
Grafikon 7. Prostor za poboljšanje kulturnog turizma Osijeka



Izvor: Izrada autora na temelju vlastitog istraživanja

Grafikon 11. prikazuje stavove ispitanika o prostoru za poboljšanje kulturnog turizma Osijeka. 145 ispitanika (40.8%) je navelo kako smatraju da postoji mjesto za poboljšanje kulturnog turizma Osijeka, dok je 112 ispitanika (31.5%) navelo da ne znaju, a njih 98 (27.6%) da nema prostora za poboljšanje.

Grafikon 8. Prijedlozi za poboljšanje kulturnog turizma Osijeka



Izvor: Izrada autora na temelju vlastitog istraživanja

Grafikon 12. prikazuje stavove ispitanika o prijedlozima za poboljšanje kulturnog turizma Osijeka. 51 ispitanik (35.2%) je naveo kako postoji prostor za poboljšanje zbog nedovoljne promocije kulturne baštine i kulturnih događaja, dok 27 ispitanika (18.6%) smatra da postoji nedostatak suradnje kulturnih institucija. 23 ispitanika (15.9%) su navela da ima prostora zbog nedovoljne promocije i ulaganja u marketing, a 23 ispitanika (15.9%) također smatraju da postoji nedovoljna turistička aktivnosti u promicanju kulture. Na samom kraju 19 ispitanika (13.1) je navelo zbog velike konkurencije kulturnih i turističkih destinacija u zemlji.

5.4. Rasprava

Istraživanje je provedeno na ukupnom uzorku (N=355) pomoću anketnog upitnika s ciljem ispitivanja stanovništva grada Osijeka o dosadašnjem razvoju kulturnog turizma, njegovom utjecaj na grad i život stanovništva te postoji li mjesto za poboljšanje ove vrste turizma u budućnosti.

Glavna hipoteza H1: Glavna hipoteza: H1: Kulturni turizam grada Osijeka je dobro razvijen, no postoji prostora za njegovo poboljšanje i napredak

Analizom odgovora ispitanika, vidljivo je da 58% ispitanika smatra da Osijek ima dobro razvijen kulturni turizma, dok njih 83.4% smatra da bi trebao biti jedan od razvojnih prioriteta Osijeka. 65.9% ispitanika je navelo da se slažu da kulturni turizam doživljava veliki razvoj u posljednje vrijeme, a njih 76.3% smatraju da Osijek ima bogatu kulturno-povijesnu baštinu i raznolike kulturne događaje koji doprinose kulturnom turizmu. Pored toga, 64.2% ispitanika smatra da mnogobrojne kulturne manifestacije, poboljšanje njihove kvalitete te posjetitelji kulturnih događaja utječu na razvoj kulturnog turizma grada Osijeka, a 40.8% njih smatra kako postoji mjesto za poboljšanje kulturnog turizma Osijeka. Kao razloge zbog čega poboljšati kulturni turizam ispitanici su naveli zbog nedovoljne promocije kulturne baštine i kulturnih događaja, dok 27 ispitanika, nedostatka suradnje kulturnih institucija, nedovoljne promocije i ulaganja u marketing, nedovoljne turističke aktivnosti u promicanju kulture te zbog velike konkurencije kulturnih i turističkih destinacija u zemlji

Analizom prikazanih odgovora, može se zaključiti kako je prava postavljena hipoteza potvrđena.

H1.1.: Razvojem kulturnog turizma u gradu Osijeku poboljšava se i životna sredina lokalnog stanovništva.

Velika većina ispitanika, odnosno njih 75.5% smatra da veći razvoj kulturnog turizma dovodi do poboljšanja životne sredine stanovništva. Sukladno tome, zaključuje se kako je i druga postavljena hipoteza potvrđena.

6. ZAKLJUČAK

U završnog radu naglasak je bio stavljen na analizu i prikaz kulturnog turizma Slavonije s fokusom na grad Osijek. Pojam kulturnog turizma je vrlo složen pa se među znanstvenicima vodi duga rasprava o njegovoj definiciji i konceptualizaciji zbog čega se nalaze brojne definicije za ovaj pojam. Jednostavno rečeno, kulturni turizam predstavlja sve aspekte putovanja, pri čemu posjetitelji uče o povijesti i naslijeđu drugih ili o njihovim suvremenim načinima života.

Također se može reći da predstavlja aktivnost koja omogućuje ljudima da iskuse različite načine života drugih ljudi, stječući tako iz prve ruke razumijevanje njihovih običaja, tradicije, fizičkog okruženja, intelektualnih ideja i onih mjesta arhitektonskih, povijesnih, arheološki ili drugi kulturni značaj koji je ostao iz ranijih vremena. Kulturni turizam razlikuje se od rekreacijskog turizma po tome što nastoji steći razumijevanje ili uvažavanje prirode mjesta koje se posjećuje.

Grad Osijek ima u dobroj mjeri dobro razvijen kulturni turizma prvenstveno zbog prepoznatljivosti kulturne baštine, duge tradicije kulturnog života, velikog broja postojećih kulturnih događaja i mnogobrojnih kulturnih institucija. No, ipak postoji i mjesto za njegovo poboljšanje, posebice jer postoji nedovoljna prepoznatljivost kulturnih događaja, nedostatak suradnje kulturnih institucija, velike konkurencije i turističkih destinacija u zemlji i slično, stoga bi grad u budućnosti što više pozornosti trebao posvetiti njegovu razvoju, što zasigurno može utjecati na poboljšanje ekonomske dobiti, život lokalnog stanovništva i slično.

Prikazom istraživačkog dijela došlo je se do spoznaja kako ispitanici također smatraju da Osijek ima dobro razvijen kulturni turizam, ali da također postoji prostor za njegovo poboljšanje. Također ispitanici smatraju da se razvojem kulturnog turizma poboljšava i životna sredina lokalnog stanovništva.

LITERATURA

Knjige:

1. Benašić, Z. i sur.: Gastronomija & turizam sjeverno-istočne Hrvatske, Privlačica, Vinkovci, 1999.
2. Čavlek, N. i sur.: Turizam-ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, 2011.
3. Dallen, D., Timothy, J.: Cultural Heritage and Tourism: An Introduction, Channel View Publications, Bristol, 2011.
4. Du Cros, H., McKercher, B.: Cultural Tourism, 3rd Edition, Routledge, New York, 2020.
5. Dujmović, M.: Kultura turizma, Sveučilište Jurja Dobrile, Pula, 2014.
6. Đukić-Dojčinović, V.: Kulturni turizam – menadžment i razvojne strategije, Clio, Beograd, 2005.
7. Geić, S.: Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split, 2011.
8. Jelinčić, D.A.: Abeceda kulturnog turizma, Meandar Media, Zagreb 2008.
9. Kušen, E.: Turistička atrakcijska osnova, Institut za turizam, Zagreb, 2002.
10. Petrić, L.: Osnove turizma, Sveučilište u Splitu: Ekonomski fakultet, Split, 2007.
11. Raj, R. i sur.: Cultural Tourism, CABI, Wallingford, 2013.
12. Živaković-Kerže, Z. Osijek, povijest, kultura, umjetnost, prirodne ljepote, Turistička naklada, Zagreb, 2004.
13. Živković, P.: Turistička privlačnost Osječko-baranjske županije, Gradska tiskara Osijek, Osijek 2008.

Internetski izvori:

1. Boranić Živoder, S. i sur.: Strateški marketinški plan turizma Slavonije s planom brendiranja za razdoblje 2019. - 2025., dostupno na:

https://turizamvukovar.hr/wp-content/uploads/pristup_inf/Strate%C5%A1ki-marketin%C5%A1ki-plan-turizma-Slavonije-s-planom-brendiranja-za-razdoblje-2019.-2025-1.pdf

2. Glavaš, J., Mavrin, I.: Potentials of Osijek as a Centre of Cultural Tourism, dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/227463036_Potentials_of_Osijek_as_a_Centre_of_Cultural_Tourism
3. Knežević, R.: Contents and assessment of basic tourism resources, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/181049>
4. Sina Mousavi, S. i sur.: Defining Cultural Tourism, dostupno na: <https://iicbe.org/upload/8607DIR1216411.pdf>

POPIS TABLICA

Tablica 1. SWOT analiza kulturnog turizma Osijeka.....14

Tablica 2. Ukupan broj posjetitelja muzeja likovnih umjetnosti od 2018. do 2021. godine.....23

Tablica 3. Ukupan broj posjetitelja muzeja Slavonije od 2018. do 2021. godine....24

Tablica 4. Ukupan broj posjetitelja od 2017. do 2021. godine.....25

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Razvijenost kulturnog turizma Osijeka.....	29
Grafikon 2. Kulturni turizam kao razvojni prioritet Osijeka.....	30
Grafikon 3. Razvoj kulturnog turizma Osijeka u posljednje vrijeme.....	31
Grafikon 4. Kulturno-povijesna baština i kulturni događaji Osijeka.....	32
Grafikon 5. Kulturne manifestacije i njihov utjecaj na razvoj kulturnog turizma Osijeka.....	33
Grafikon 6. Poboljšanje životne sredine stanovništva razvojem kulturnog turizma.....	34
Grafikon 7. Prostor za poboljšanje kulturnog turizma Osijeka.....	35
Grafikon 8. Prijedlozi za poboljšanje kulturnog turizma Osijeka.....	36

PRILOZI

ANKETNI UPITNIK

Spol?

- a) Muško
- b) Žensko

Dob?

- a) 18-25
- b) 26-35
- c) 36-45
- d) 46+

Stupanje obrazovanja?

- a) SSS
- b) VSS
- c) VŠS

Koliko živite u Osijeku?

- a) 5 godina ili manje
- b) 6 - 10 godina
- c) 11 - 20 godina
- d) 20 + godina

Smatrate li da Osijek ima dobro razvijen kulturni turizam?

- a) Da
- b) Ne
- c) Ne znam

Smatrate li da kulturni turizam treba biti jedan od razvojnih prioriteta grada Osijek?

- a) Da
- b) Ne
- c) Ne znam

U posljednje vrijeme kulturni turizam Osijeka doživljava veliki razvoj?

- a) Da
- b) Ne
- c) Ne znam

Osijek ima bogatu kulturno-povijesnu baštinu i raznolike kulturne događaje koji doprinose kulturnom turizmu?

- a) Da
- b) Ne
- c) Ne znam

Mnogobrojne kulturne manifestacije, poboljšanje njihove kvalitete te posjetitelji kulturnih događaja utječu na razvoj kulturnog turizma grada Osijeka?

- a) Da
- b) Ne
- c) Ne znam

Smatrate li da sve većim razvojem kulturnog turizma dolazi do poboljšanja životne sredine stanovništva Osijeka?

- a) Da
- b) Ne
- c) Ne znam

Smatrate li da postoji prostora za poboljšanje kulturnog turizma?

- a) Da
- b) Ne
- c) Ne znam

Ukoliko je odgovor na prethodno pitanje bio „Da“ zbog čega smatrate da postoji prostor za poboljšanje kulturnog turizma?
