

Utjecaj kulturne baštine na turistički razvitak gradova

Pandurić, Barbara

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Academy of Arts and Culture in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:251:086736>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-05**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the Academy of Arts and Culture in Osijek](#)



SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU
ODSJEK ZA KULTURU, MEDIJE I MENADŽMENT
SVEUČILIŠNI PREDDIPLOMSKI STUDIJ

BARBARA PANDURIĆ

**UTJECAJ KULTURNE BAŠTINE NA
TURISTIČKI RAZVITAK GRADOVA**

ZAVRŠNI RAD

MENTOR:

doc. dr. sc. Marta Borić Cvenić

SUMENTOR:

dr. sc. Igor Mavrin

Osijek, 2024.

UNIVERSITY JOSIP JURAJ STROSSMAYER IN OSIJEK
THE ACADEMY OF ARTS AND CULTURE IN OSIJEK
UNIVERSITY UNDERGRADUATE STUDY
CULTURE, MEDIA AND MANAGEMENT

BARBARA PANDURIĆ

**THE INFLUENCE OF CULTURAL HERITAGE
ON THE TOURIST DEVELOPMENT OF CITIES**

FINAL PAPER

MENTOR:

doc. dr. sc. Marta Borić Cveniċ

SUMENTOR:

dr. sc. Igor Mavrin

Osijek, 2024.

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU U OSIJEKU

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

kojom ja _____ Barbara Pandurić _____ potvrđujem da je moj _____ završni _____ rad
diplomski/završni
pod naslovom _____ Utjecaj kulturne baštine na turistički razvitak gradova _____

te mentorstvom _____ doc. dr. dc. Marte Borić Cvenić _____

rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima i oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio završnog rada nije napisan na nedopušten način, odnosno da nije prepisan iz necitiranog rada, pa tako ne krši ničija autorska prava. Također izjavljujem da nijedan dio ovoga završnog/diplomskog rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanove.

U Osijeku, _____

Potpis

SADRŽAJ

1. UVOD	1
2. POJAM I DEFINICIJA TURIZMA I TURISTA	2
2.1. Turizam.....	2
2.1.1. Turist.....	4
2.1.2. KULTURNA BAŠTINA	5
2.1.3. Prirodna i kulturna baština.....	5
2.1.4. Prirodna i kulturna baština Republike Hrvatske.....	8
2.2. Dosadašnja istraživanja utjecaja kulturne baštine na turistički razvitak gradova	12
3. EMPIRIJSKI DIO	14
3.1. ODREĐENJE PROBLEMA ISTRAŽIVANJA	14
3.1.1. Cilj istraživanja.....	14
3.1.2. Hipoteze istraživanja	15
3.2. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA	17
3.2.1. Način provođenja istraživanja i uzorak	17
3.3. ANALIZA PODATAKA I RASPRAVA.....	17
3.3.1. Rezultati.....	17
3.3.2. Rasprava	28
4. ZAKLJUČAK.....	30
5. LITERATURA.....	31

SAŽETAK

Svrha ovoga završnog rada istraživanje je utjecaja kulturne baštine na turistički razvitak gradova te njihove međusobne povezanosti. U završnom radu ponajprije se definiraju temeljni pojmovi turizma i kulturne baštine te se u nastavku razrađuje njihova međusobna povezanost i korelacija. Također, predstavljena je UNESCO-va lista prirodne i kulturne baštine na području Republike Hrvatske. Zatim slijedi upitnik proveden na uzorku od 111 ispitanika koji najbolje prikazuje povezanost sektora kulture i sektora turizma. Dobiveni rezultati potvrđuju snažnu vezu između ta dva sektora. Turizam je složena djelatnost koja ima značajan utjecaj na ekonomiju, društvo i okoliš. Turizam i kulturna baština neraskidivo su povezani te mogu imati i pozitivan i negativan utjecaj jedan na drugoga. Odgovoran turizam poštuje kulturnu baštinu i lokalne zajednice te može pomoći u očuvanju kulturne baštine. Također je snažna sila koja može utjecati na kulturnu baštinu na pozitivne i negativne načine, a odgovoran turizam može pomoći u očuvanju kulturne baštine.

Ključne riječi: kulturna baština, prirodna baština, turizam

SUMMARY

The purpose of this final paper is to investigate the influence of the cultural heritage on the tourism development of cities and their interconnections. In the final paper, first of all, there is definition of the basic concepts of tourism and cultural heritage, and their mutual connection and correlation is elaborated below. Also there is presented the UNESCO's list of natural and cultural heritage in the territory of the Republic of Croatia. Then, it is below a questionnaire conducted on a sample of 111 respondents, which shows the best connection between the sectors culture and the tourism sectors. The obtained results confirm the strong connection between this two sectors. Tourism is a complex activity that has a significant impact on the economy, society and the environment. Tourism and cultural heritage are inextricably linked and can have both of positive and negative influence on each other. Responsible tourism respects cultural heritage and local communities and can help preserve cultural heritage. There is also a powerful force that can affect cultural heritage in positive and negative ways and a responsible tourism can help preserve cultural heritage.

Keywords: tourism, natural heritage, cultural heritage

1. UVOD

Prema Svjetskoj turističkoj organizaciji tj, World Tourism Organization (u daljnjem tekstu UNWTO) (2019: 2) definicija je turizma složena jer se odnosi na širok raspon aktivnosti i ponašanja. Međutim, uobičajene karakteristike turizma uključuju: privremeno putovanje, boravak izvan mjesta stalnog bivanja te uključivanje u aktivnosti koje nisu povezane s poslom. Turizam ima značajan utjecaj na ekonomiju, društvo i okoliš. To je jedan od najbrže rastućih sektora u svijetu, a procjenjuje se da će do 2030. godine generirati preko 10% svjetskog BDP-a. Turizam također ovisi o raznim čimbenicima kao što su ekonomski, kulturni, tehnički i dr.

Turizam i kulturna baština imaju dugu i neraskidivu povezanost. Kulturna je baština bogatstvo koje se prenosi s generacije na generaciju i može uključivati materijalne i nematerijalne elemente, kao što su povijesni spomenici, umjetnička djela, glazba, ples, običaji i tradicija. Turizam je djelatnost koja uključuje putovanje i boravak u nekom drugom mjestu, a često je motivirana interesom za kulturnu baštinu. Turizam može imati značajan utjecaj na kulturnu baštinu. S jedne strane, turizam može pomoći u očuvanju kulturne baštine. Kada turisti posjećuju kulturne znamenitosti, to može povećati svijest o njima i potaknuti ljude da ih zaštite. Turizam također može donijeti financijska sredstva za očuvanje kulturne baštine. S druge strane, turizam može imati i negativan utjecaj na kulturnu baštinu. Prekomjerni broj turista može dovesti do oštećenja kulturnih znamenitosti ili čak do njihova uništenja. Turizam također može dovesti do komercijalizacije kulturne baštine, što može ugroziti njezinu autentičnost.

Kako bi se izbjegli negativni utjecaji turizma na kulturnu baštinu, važno je razvijati odgovoran turizam. Odgovoran turizam poštuje kulturnu baštinu i lokalne zajednice. On uključuje mjere za očuvanje kulturne baštine, kao što su: ograničavanje broja turista, poduzimanje mjera za zaštitu znamenitosti te edukacija turista o kulturnoj baštini destinacija koje posjećuju.

Problem ovoga istraživanja je kako kulturna baština utječe na razvitak pojedinih gradova. Ovdje se postavlja pitanje zašto je kulturna baština važna te koliko zapravo pridonosi povećanju broja turista i ekonomskoj razvijenosti.

U svrhu ovoga rada provedeno je istraživanje čiji rezultati itekako potvrđuju tvrdnju da je pri putovanjima kulturna baština iznimno važna, ako ne čak i jedan od glavnih razloga zbog kojih se turisti odlučuju posjetiti razne destinacije.

2. POJAM I DEFINICIJA TURIZMA I TURISTA

U daljnjem tijeku rada govori se o definiciji pojma turizam i turist.

2.1. Turizam

Putovanja su stara jednako koliko i čovječanstvo. Na početku svog postojanja ljudi su lutali površinom planeta u potrazi za boljom hranom, skloništem, sigurnošću i staništem. Međutim, s vremenom su ta kretanja postala navika. Prije otprilike pet tisuća godina, klimatske promjene, sve manje zalihe hrane i uvjeti stanovanja neprijateljskih osvajača natjerali su ljude da napuste svoje domove kako bi potražili utočište.

Znači, turizam se odnosi na aktivnost ljudi koji putuju i borave na mjestima izvan svog uobičajenog okruženja u slobodno vrijeme, poslovne ili druge svrhe. Uključuje privremeno kretanje pojedinaca ili grupa ljudi na odredišta udaljena od njihovih domova, obično uključuje noćenje, a može obuhvatiti širok raspon aktivnosti i iskustava, kao što su razgledavanje, kulturno istraživanje, opuštanje, avantura i druge.

Svjetska turistička organizacija (UNWTO, 2019) ističe kako je turizam privremeno putovanje i boravak osobe izvan mjesta svog stalnog boravka, manje od godinu dana, u svrhu odmora, razonode ili obavljanja drugih aktivnosti koje nisu povezane s obavljanjem plaćenog rada u mjestu koje se posjećuje. Ova se definicija najčešće koristi u statističkim podacima o turizmu.

Turizam je značajna industrija koja ima ključnu ulogu u gospodarstvima diljem svijeta. Često uključuje različite sektore, npr. prijevoz, smještaj, ugostiteljstvo, zabavu i atrakcije. Ova industrija može imati i pozitivne i negativne utjecaje na odredišta, poput jačanja lokalnih gospodarstava, pružanja prilika za zapošljavanje i promicanja kulturne razmjene, ali također potencijalno opterećuje resurse, izaziva zabrinutost za okoliš i dovodi do problema povezanih s pretjeranim turizmom u popularnim odredištima.

Osim mnogih prednosti koje turizam nudi, on je također značajan izvor zagađenja i klimatskih promjena. Turistička putovanja često su povezana s emisijom stakleničkih plinova, a turističke destinacije mogu biti podložne zagađenju zraka, vode i tla, navodi Svjetska organizacija za zaštitu okoliša.

Europska komisija (2017) navodi da turizam doprinosi zagađenju na sljedeće načine:

- Zagađenje zraka: Turistička putovanja često su povezana s emisijom stakleničkih plinova, kao što su ugljikov dioksid (CO₂), metan (CH₄) i dušikov oksid (NO_x). Ove emisije mogu doprinijeti globalnom zagrijavanju i drugim klimatskim promjenama.
- Zagađenje vode: Turističke destinacije često su podložne zagađenju vode iz raznih izvora, kao što su otpadne vode, otpad i onečišćenje zraka. Ovo zagađenje može utjecati na kvalitetu vode za piće i rekreaciju, kao i na zdravlje morskih i slatkovodnih ekosustava.
- Zagađenje tla: Turizam može doprinijeti zagađenju tla iz raznih izvora, kao što su otpad, pesticidi i gnojiva, a ovo zagađenje može utjecati na kvalitetu tla za uzgoj hrane i na zdravlje okoliša.

Unatoč negativnim utjecajima, turizam je i dalje značajan gospodarski i društveni pokretač. Ulaganja u održivi turizam mogu pomoći u smanjenju negativnih utjecaja turizma i poboljšanju kvalitete života u destinacijama.

Pojam turizam evoluirao je tijekom vremena i pojavili su se različiti oblici turizma, uključujući ekoturizam (usmjeren na prirodu i očuvanje), kulturni turizam (istraživanje baštine i tradicije), medicinski turizam (putovanje radi liječenja) i mnogi drugi.

Kulturni je turizam grana turizma usmjerena na kulturnu baštinu mjesta gdje se turizam odvija. Kultura je oduvijek bila glavni predmet putovanja. U 20. su stoljeću neki tvrdili da je kultura prestala biti cilj turizma: turizam je sada kultura. Kulturne atrakcije igraju važnu ulogu u turizmu na svim razinama, od globalnih vrhunaca svjetske kulture do atrakcija koje podupiru lokalne identitete. (Richards, 1996: 103)

Kulturni je turizam važan iz više razloga: ima pozitivan ekonomski i društveni učinak, uspostavlja i jača identitet, pomaže u očuvanju kulturne baštine, s kulturom kao instrumentom, olakšava sklad i razumijevanje među ljudima, podupire kulturu i pomaže u inoviranju turizma (Richards, 1996: 166). Kulturni turizam ima nekoliko ciljeva koje treba postići u kontekstu održivog razvoja, kao što su: očuvanje kulturnih resursa, točna interpretacija resursa, autentično iskustvo posjetitelja i stimulacija prihoda ostvarena kroz kulturne resurse. (J.M. Fladmark, 1994: 229) Stoga, može se zaključiti da kulturni turizam nije samo identificiranje, upravljanje i zaštita vrijednosti baštine, već je također uključen u razumijevanje utjecaja turizma na zajednice koje žele ostvariti gospodarske i društvene koristi, osigurati financijska sredstva za zaštitu te marketing i promociju.

2.1.1. Turist

Riječ turist proizlazi iz engleske riječi „tour“ što znači „putovati“. Candela i Figini (2012: 284) navode kako je upravo riječ turist prvi puta upotrijebljena 1910. godine u Engleskoj od strane Hermana Von Schullarda kako bi zamijenila riječ stranac.

Prema Oxfordskom rječniku ona označava osobu koja voli putovati ili posjećivati mjesta zbog užitka. Iz rječnika engleskog jezika Sveučilišta Cambridge proizlazi kako je turist također netko tko posjećuje mjesto iz zadovoljstva i interesa, obično dok je na odmoru.

Prvu konkretnu definiciju donijela je Liga naroda 1937. godine koja ističe: „turist je osoba koja provodi vremensko razdoblje od najmanje 24 sata u zemlji različitoj od one u kojoj živi“. Nedostatak navedene definicije je što zanemaruje motivaciju putovanja. Motivacija putovanja je uključena u definiciju pojma posjetitelja od strane Union of Official Travel Organisation (danas UNWTO). Candela i Figini (2012: 296) navode da je Međunarodna organizacija za službeni turizam (danas UNWTO) 1968. godine definirala posjetitelja kao osobu koja putuje u drugu zemlju iz bilo kojeg razloga, osim za plaćen posao. Ova definicija razlikuje se od definicije Lige naroda, koja je naglašavala minimalnu duljinu boravka od 24 sata. Definicija iz 1968. godine uvela je pojam posjetitelja kako bi se uključili ljudi koji putuju u drugu zemlju iz drugih razloga, kao što su posjet rodbini i prijateljima, poslovni putovi ili obrazovanje. Posjetiteljem se može nazvati svatko tko boravi na odredištu manje od 24 sata, dok se turistom naziva osoba koja boravi više od 24 sata. Prema ovoj definiciji, svaki posjetitelj koji prenoći, smatra se turistom.

Leiper (1979: 395) razlikuje karakteristike turista kako bi razvio definiciju koja je primjenjiva i u međunarodnom i u nacionalnom kontekstu. Istaknuo je kako turist sa svoje četiri karakteristike predstavlja ljudski element turističkog sustava. Prva karakteristika turista je izostanak iz svog uobičajenog smještaja barem jednu noć, što ih izdvaja od tzv. dnevnih turista. Druga značajka naglašava kako se aktivnosti turista razlikuju od njihovih svakodnevnih aktivnosti. Razlika u utrošku vremena i novca posebno dolazi do izražaja kod putovanja u svrhu godišnjeg odmora i kod određenih oblika službenih putovanja (poslovna putovanja, konferencije, sastanci izvan aktivnosti). Treća karakteristika turista je da oni ne putuju zbog

zarade i stoga se razlikuju od onih koji putuju zbog zarade ili posla. No, treća karakteristika ne isključuje poslovna putovanja u kojima turist, odnosno osoba koja putuje poslovno, ostvaruje zaradu na temelju redovnog rada kod stalnog poslodavca. Prema četvrtoj karakteristici turisti se vrte u krug. Odnosno, turist privremeno napušta svoje mjesto stanovanja i na kraju se tamo vraća, što ga razlikuje od migranata. Prema navedenim karakteristikama, Leiper (1979: 396) definira turista kao osobu koja poduzima privremeno putovanje, koje se razlikuje od njegovih uobičajenih aktivnosti, a koje se sastoji od najmanje jednog noćenja izvan mjesta stanovanja.

2.1.2. KULTURNA BAŠTINA

U ovome će se poglavlju obraditi dvije vrste kulturne baštine i to prirodna i kulturna

2.1.3. Prirodna i kulturna baština

Kulturna baština, materijalna i nematerijalna, svojom raznolikošću i specifičnošću zajedničko je vlasništvo cijelog čovječanstva. Njegova zaštita jedan je od važnih čimbenika za prepoznavanje, definiranje i afirmaciju kulturnog identiteta.

Definicija kulturne baštine od strane Ministarstva kulture i medija Republike Hrvatske ističe kako kulturna baština uključuje pokretna i nepokretna kulturna dobra od umjetničkog, povijesnog, paleontološkog, arheološkog, antropološkog i znanstvenog značaja. Arheološka nalazišta i područja, krajolici i njihovi dijelovi pokazuju ljudsku prisutnost. Nematerijalna kulturna baština i proizvodi prošlog ljudskog umnog stvaralaštva te baštinske i dokumentarne i bibliografske građevine, odnosno objekti u kojima se nalaze kulturna baština i bogatstva. Relevantni podaci trajno se pohranjuju i prikazuju, čineći zajedničko vlasništvo zajednice.

Prema Međunarodnom vijeću za spomenike i spomeničke cjeline tj, International council of monuments and sites (u daljnjem tekstu ICOMOS) pojam baštine obuhvaća i prirodni i kulturni okoliš. Baštinom se mogu smatrati krajolici, povijesni lokaliteti, lokaliteti, izgrađeni okoliš, biološka raznolikost, prethodne i trajne kulturne prakse i znanja koji izražavaju duge procese povijesnog razvoja i tako stvaraju nešto drugačije autohtone lokalne, nacionalne i regionalne identitete.

Kao rezultat toga što su Ujedinjeni narodi prepoznali potrebu za očuvanjem nasljeđa, 1945. godine osnovan je UNESCO - Organizacija Ujedinjenih naroda za obrazovanje, znanost i kulturu. Prema Statističkom uredu Europskih zajednica tj. Eurostat (2019), Konvenciju o zaštiti svijeta Kulturnu i prirodnu baštinu UNESCO je odobrio 1972. godine, a stvorena je kako bi

zaštitila našu izvanrednu, univerzalno vrijednu kulturnu i prirodnu baštinu. Sporazum iz 1978. poslužio je kao temelj za izradu UNESCO-va popisa svjetske baštine. Osim toga, osnovan je Odbor za svjetsku baštinu i fond za svjetsku baštinu koji su zaduženi i pomažu očuvanje lokaliteta koji su uvršteni na popis svjetske baštine. Prema UNESCO-u (2009) kulturna baština uključuje artefakte, spomenike, skupinu građevina i lokaliteta, muzeje koji imaju različite vrijednosti, uključujući simboličko, povijesno, umjetničko, estetsko, etnološko ili antropološko, znanstveno i društveno značenje. Uključuje materijalnu baštinu (pokretnu i nepokretnu) i nematerijalnu kulturnu baštinu ugrađenu u kulturnu i prirodnu baštinu, artefakte, lokalitete ili spomenike. Shodno tome, UNESCO sada svrstava niz stvari u kulturnu baštinu, materijalnu i nematerijalnu baštinu. Kategorije pokretnih, nepokretnih i podvodnih materijalnih kulturnih dobara koje uključuju podmorske ruševine i gradove, olupine brodova te slike, skulpture, kovanice i rukopise. Nepokretna kulturna baština uključuje spomenike, arheološka nalazišta i povijesne građevine. Usmena predaja, mitovi, rituali, ceremonije, izvedbene umjetnosti, sustavi vrijednosti, informacije i vještine koje se prenose s koljena na koljeno primjeri su nematerijalne kulturne baštine. Prema EUROSTAT-u (2019), svi aspekti kulturnog nasljeđa – materijalni i nematerijalni predstavljaju sustave vjerovanja, običaje i načine života koji definiraju i prošle i sadašnje kulture.

Matečić (2016: 86) navodi niz različitih vrijednosti, uključujući vrijednost autentičnosti, kao i estetske, simboličke, duhovne, društvene, povijesne i znanstvene vrijednosti. Estetska vrijednost temelji se na veličanstvenosti prošlosti koju je iznjedrila regionalna estetika. Na etnički identitet zajednice upućuje simbolička vrijednost koja proizlazi iz iskustva i nasljeđa. Prikaz vjerskog značaja mjesta, koji proizlazi iz vjerovanja i učenja vjere, odražava duhovnu vrijednost ostavštine. Zajedničke vrijednosti i uvjerenja koja ujedinjuju društvene grupe, promiču društvene veze i podržavaju društvenu kohezivnost i stabilnost zajednice, temelj su društvene vrijednosti.

Čimbenik koji se ocjenjuje tijekom procesa prijave i uvrštavanja na popis svjetske baštine UNESCO-a je vrijednost baštine. Posebno se utvrđuje ima li ostavština izuzetnu vrijednost u svjetskim razmjerima. Prema UNESCO-u (2019), izvanredna univerzalna vrijednost odnosi se na kulturni i prirodni značaj koji nadilazi nacionalne granice i ima vrijednost, kako za današnje čovječanstvo, tako i za buduće generacije. Kao rezultat toga, razvijeno je deset kriterija za ocjenu izuzetne univerzalne vrijednosti. Lokacije moraju biti od iznimne globalne važnosti i zadovoljavati barem jedan od deset kriterija odabira kako bi bile uvrštene na Popis svjetske baštine. Operativne smjernice za provedbu Konvencije o svjetskoj baštini, osim teksta

Konvencije, služe kao primarni radni dokument o svjetskoj baštini i objašnjavaju te kriterije. Odbor rutinski ažurira zahtjeve kako bi odražavali promjene u samom proglašenju svjetske baštine. Mjesta svjetske baštine birana su prema šest kulturnih i četiri prirodna kriterija do kraja 2004. Trenutno postoji samo jedan skup od deset kriterija, sada kada su usvojene ažurirane Operativne smjernice za provedbu Konvencije o svjetskoj baštini.

Prema standardima UNESCO-a, baština od iznimnog univerzalnog značaja mora:

1. predstavljati remek djelo ljudskog kreativnog genija
2. demonstrirati značajnu razmjenu ljudskih vrijednosti kroz vrijeme ili unutar određene kulturne regije svijeta na napretku u tehnologiji ili arhitekturi, monumentalnoj umjetnosti, urbanističkom planiranju ili krajobraznom dizajnu
3. pružiti izvanredno ili jedinstveno svjedočanstvo o živim ili izumrlim civilizacijama, kulturnoj ostavštini ili oboje
4. biti izvrsna ilustracija građevinske strukture, arhitektonske ili tehničke cjeline ili krajolika koji predstavlja ključna razdoblja u ljudskoj povijesti
5. služiti kao model tradicionalnog ljudskog stanovanja, korištenja zemlje ili morskog staništa koji predstavlja primjer kulture (ili kultura) ili ljudske povezanosti s okolišem, osobito kada je taj ekosustav krhak zbog učinaka nepovratnih promjena
6. imati izravnu ili neizravnu vezu s povijesnim događajima, postojećim običajima, konceptima ili vjerovanjima, kao i s iznimnim opće značajnim umjetničkim i književnim djelima
7. biti dom izvanrednim prirodnim pojavama ili regijama izuzetne ljepote i umjetničke vrijednosti
8. biti izvrsni primjeri ključnih geoloških procesa koji su oblikovali glavne faze Zemljine povijesti, uključujući zapis o životu, značajne tekuće geološke procese u razvoju oblika reljefa ili značajne geomorfološke ili fiziografske značajke
9. isticati se kao izvrsni primjeri važnih, tekućih ekoloških i bioloških procesa u formiranju i razvoju kopnenih, slatkovodnih, obalnih i morskih ekosustava i zajednica biljaka i životinja te
10. biti dom najvažnijim prirodnim staništima za očuvanje biološke raznolikosti, posebice onima u kojima se nalaze ugrožene vrste od iznimne globalne važnosti iz perspektive istraživanja ili očuvanja.

Koliko je važno očuvati kulturnu i prirodnu baštinu govori i podatak da se na popisu svjetske baštine UNESCO-a nalazi već 869 kulturnih, 213 prirodnih te 39 kulturnih i prirodnih

znamenitosti. Popis svjetske baštine u opasnosti koji vodi UNESCO dodatak je popisu globalnog prirodnog i kulturnog blaga. Popis svjetske baštine u opasnosti uključuje mjesta s popisa svjetske baštine koja su u opasnosti od ozbiljnih i posebnih prijetnji, poput prijetnje nestanka zbog ubrzanog propadanja, napuštanja iz bilo kojeg razloga, požara, potresa, klizišta, prijetnje oružanih sukoba, poplave, veliki javni ili privatni projekti, brzi urbani ili turistički javni projekti i slične prijetnje. Ovaj popis, koji sada uključuje pedeset i tri lokacije, nastao je s namjerom da se svijet upozori na trenutnu situaciju i okupi podrška za očuvanje zaštićenih mjesta.

Drugi ključni čimbenici koje treba uzeti u obzir su upravljanje, legitimnost i integritet imovine. Od 1992. kulturni krajolici prepoznati su kao ključni čimbenici međudjelovanja između ljudi i prirodnog svijeta.

U nastavku rada govori se o UNESCO-vom popisu prirodne i kulturne baštine u Republici Hrvatskoj.

2.1.4. Prirodna i kulturna baština Republike Hrvatske

U Republici Hrvatskoj postoji čak 10-ak mjesta koja se nalaze na UNESCO-vu popisu zaštićene baštine te se navode redom:

1. Najranije uvršteni, davne 1979., je Nacionalni park Plitvička jezera koji zadovoljava 7., 8. i 9. UNESCO-ov kriterij i svrstava se pod prirodnu baštinu. Mreža međusobno povezanih jezera, slapova i špilja nastala je kao rezultat vode koja teče preko prirodnog vapnenca i krede kroz vrijeme i stvara prirodne brane. Medvjedi, vukovi i druge ugrožene vrste ptica mogu se naći u susjednim šumama.
2. Povijesni kompleks grada Splita, uključujući Dioklecijanovu palaču, na popis je svrstan također 1979. godine i zadovoljava 2., 3. i 4. kriterij te se smatra kulturnom baštinom. Dioklecijan, rimski car, sagradio je palaču početkom četvrtog stoljeća poslije Krista, a ona je kasnije poslužila kao temelj Splitu. Unutar starog mauzoleja u srednjem vijeku izgrađena je katedrala, crkve, utvrde te gotičke i renesansne palače, a preostale komponente su u baroknom stilu.
3. 1979. godine još jedno mjesto se našlo na popisu kulturne baštine s Dubrovnikom starim gradom koji zadovoljava 1., 3. i 4. kriterij. Tijekom srednjeg vijeka Dubrovnik je doživio procvat kao pomorska republika, postavši jedini grad-država na istočnom

Jadranu koji se natjecao s Venecijom. Grad je doživio ogroman razvoj, posebno u 15. i 16. stoljeću, zahvaljujući svom bogatstvu i vještoj diplomaciji.

4. Biskupski kompleks Eufrazijeve bazilike u povijesnoj jezgri Poreča na listu je svrstan 1997. godine zadovoljavajući 2. i 4. kriterij te se također smatra kulturnom baštinom. Biskupski kompleks jedan je od izuzetnih primjeraka ranobizantske umjetnosti i arhitekture na području Mediterana i cijeloga svijeta, sa zadivljujućim mozaicima koji sežu u 6. stoljeće. Uključen je i zvonik susjedne nadbiskupske rezidencije, kao i sama bazilika, sakristija, krstionica i još mnogo toga.
5. Povijesni grad Trogir na popis se smjestio 1997. godine. Zadovoljava 2. i 4. UNESCO-ov kriterij te je također svrstan pod kulturnu baštinu. Bogata trogirski kultura nastala je pod utjecajem starih Grka, Rimljana i Mlečana. To je najočuvaniji romaničko-gotički kompleks ne samo na Jadranu, već u cijeloj srednjoj Europi. Srednjovjekovna jezgra Trogira, opasana zidinama, sastoji se od očuvanog kaštela i kule te niza nastambi i palača iz razdoblja romanike, gotike, renesanse i baroka.
6. 2000. godine na popis je dodana i šibenska katedrala svetog Jakova koja se također smatra kulturnom baštinom zadovoljavajući 1., 2. i 4. kriterij. Jedan od najznačajnijih spomenika renesansne arhitekture na istočnom Jadranu je katedrala, trobrodna bazilika s tri apside i kupolom koja je unutar nje visoka 32 metra.
7. Starogradsko polje na otoku Hvaru na popis je svrstano 2008. godine zadovoljavajući 2., 3. i 5. kriterij te se smatra kulturnom baštinom. Starogrčki doseljenici osnovali su Starogradsko polje kao poljoprivrednu regiju u četvrtom stoljeću prije Krista, a ono je i danas u upotrebi. Većinu vremena ravnica ostaje u svom izvornom obliku. Kameni zidovi podvrgnuti su rigoroznom održavanju 24 stoljeća, čuvajući izvorni uzorak.
8. 2016. godine na popis su se svrstali i stećci. Zadovoljavanjem 3. i 6. kriterija svrstani su pod kulturnu baštinu. Monolitni kameni spomenici poznati kao stećci ili srednjovjekovni nadgrobni spomenici mogu se pronaći u dijelovima današnje Bosne i Hercegovine, kao i u Hrvatskoj, Srbiji i Crnoj Gori. Prvobitno su nastali u 12. stoljeću, a između 14. i 15. stoljeća bili su na vrhuncu.
9. Venecijanske obrambene zidine, izgrađene između 15. i 17. stoljeća, koje se nalaze u Zadru i Šibeniku na popis su smještene 2017. godine. Zadovoljavajući 3. i 4. kriterij svrstane su pod kulturnu baštinu. Ovo imanje proteže se na više od 1000 kilometara između istočne jadranske obale i lombardskog područja Italije, a sastoji se od šest obrambenih objekata u Italiji, Hrvatskoj i Crnoj Gori. Izum baruta izazvao je značajne

promjene u vojnoj taktici i konstrukciji. Hrvatske znamenitosti uključuju tvrđavu sv. Nikole u Šibeniku i obrambeni sustav grada Zadra.

10. Zadnje uvršteno na popis praiskonske su bukove šume Karpata smještene na području nacionalnog parka Paklenica te nacionalnog parka Sjeverni Velebit i zadovoljavajući 9. kriterij uvrštene su pod prirodnu baštinu. Izolirana skloništa iz kojih se europska bukva proširila kontinentom od kraja posljednjeg ledenog doba uključena su u ovo prekogranično područje koje dijeli s Albanijom, Austrijom, Belgijom, Bugarskom, Njemačkom, Italijom, Poljskom, Rumunjskom, Slovačkom, Slovenijom, Španjolskom i Ukrajinom. Prilagodljivost i tolerantnost stabla na različite klimatske, zemljopisne i fizičke prilike čimbenici su njegovog uspješnog širenja.

Osim do sada uvrštenih, na popisu privremene kulture i prirodne baštine Hrvatske nalaze se petnaest mjesta koja čekaju odobrenje na uvrštavanje na popis. Privremeni popis je popis one imovine koju svaka država stranka namjerava razmotriti za nominaciju. Države stranke pozivaju se da dostave svoje provizorne popise mjesta za koja vjeruju da su iznimno vrijedni primjeri prirodne i kulturne baštine koja bi trebala biti uključena na Popis svjetske baštine. Angažman širokog spektra dionika, uključujući voditelje lokacija, lokalne i regionalne vlasti, lokalne zajednice, nevladine organizacije i druge zainteresirane strane i partnere, dobrodošao je dok države stranke pripremaju svoje provizorne popise. Najmanje godinu dana prije podnošenja bilo koje nominacije, države stranke trebaju podnijeti probne popise Centru za svjetsku baštinu. Ove popise ne treba smatrati iscrpnima. Države stranke pozivaju se da pregledaju i dostave svoj provizorni popis najmanje jednom svakih deset godina. Nominacije za Popis svjetske baštine neće se razmatrati osim ako je nominirano dobro već uključeno na Privremeni popis države stranke.

Popis privremene prirodne i kulturne baštine čine:

1. Biskupski sklop u Zadru koji zadovoljava 1., 2., 3., 4. i 6. kriterij te se smatra kulturnom baštinom, nominiran je 2005. godine. Romanička zadarska katedrala, crkva sv. Donata iz devetog stoljeća, nadbiskupska kuća i druge građevine uključene su u područje. Zadar još uvijek ima svoj rimski forum i raspored ulica prvobitno je bio liburnsko naselje, a potom rimska kolonija.
2. Povijesno-urbanistička cjelina Ston s Malim Stonom, zidinama, prirodnim rezervatom Malostonski zaljev, Stonskim poljem i solanama za popis nominirana je 2005. godine zadovoljavajući 1., 3., 4. i 5. kriterij smatrajući se kulturnom baštinom. Ston je bio glavna utvrda Dubrovačke Republike. Područje ovog kulturnog dobra obuhvaća urbane

cjeline razvijene u skladu s konfiguracijom terena i očuvanim dijelovima izuzetne prirodne sredine.

3. Također, 2005. godine nominirana je i povijesno-urbanistička cjelina Tvrđa u Osijeku. Smatra se kulturnom baštinom zadovoljavajući 1., 4. i 6. kriterij. Najveća i najbolje očuvana zbirka baroknih građevina može se vidjeti u Tvrđi, habsburškoj zvjezdastoj utvrdi koja je nazvana jedinstvenim primjerom baroknog vojnog, administrativnog i trgovačkog urbanog središta iz 18. stoljeća.
4. Povijesna jezgra i stari grad kaštel grada Varaždina nominirana je 2005. godine zadovoljavajući 1., 3., 4. i 6. kriterij što ga čine kulturnom baštinom. Jezgru grada čini zbirka baroknih, renesansnih i srednjovjekovnih građevina, dok je kratko bio i glavni grad Hrvatske u 18. stoljeću.
5. Također 2005. godine nominiran je i Burg dvorac Veliki Tabor, utvrda u mjestu Hum u Hrvatskom zagorju koji zadovoljava 4. kriterij i time se smatra kulturnom baštinom. Dvorac je sagrađen između 15. i 16. stoljeća i spaja elemente kasnogotičkog i renesansnog dizajna.
6. Nacionalni park Lonjsko polje na popisu je od 2005. godine. Zadovoljavajući određene kriterije smatra se mješavinom prirodne i kulturne baštine. Najveća zaštićena močvara u slivu Dunava ključno je stanište za ptice i druga stvorenja. Za autohtone vrste stoke u regiji do danas očuvani su i veliki pašnjaci.
7. Planina Velebit koja se proteže od Like do Zadra, nominirana je za prirodnu baštinu 2005. godine zadovoljavajući 7., 8., 9. i 10. kriterij. Najveća je planina u Hrvatskoj, s raznolikim krškim obilježjima.
8. Dioklecijanova palača i povijesna jezgra grada Splita nominirani su 2005. godine zadovoljavajući 1., 2., 3., 4. i 5. kriterij smatrajući ih tako kulturnom baštinom.
9. Selo Lubenice na otoku Cresu nominirano je 2005. godine ispunjavajući 4. kriterij smatrajući ga kulturnom baštinom.
10. 2007. godine prvi su nominirani vinogradi u Primoštenu zadovoljavajući 5. i 6. kriterij čineći kulturnu baštinu, a isti su primjer klasičnog mediteranskog uzgoja.
11. Samostan Pustinja Blaca na južnoj strani otoka Brača nominiran je iste, 2007. godine, ispunjavajući 2. i 5. kriterij čineći kulturnu baštinu. Sagrađen je u 16. stoljeću služeći redovnicima glagoljašima.
12. Srednjovjekovni grad Motovun, nastao iz prapovijesne gradine sačuvavši svoja srednjovjekovna obilježja, na popis je stavljen 2007. godine zadovoljavajući 2. i 4. kriterij čineći ga tako kulturnom baštinom.

13. Povijesni grad Korčula nominiran je 2007. godine zadovoljavajući 2., 3., 4. i 5. kriterij smatrajući ga kulturnom baštinom.
14. Nacionalni park Kornati te prirodni park Telašćica na Dugom otoku na popis su dodani 2007. godine. Oba zadovoljavaju 7., 8. i 10. kriterij. Udaljeni arhipelag s raznolikim krškim reljefom koji služi kao značajno utočište morskih divljih životinja.
15. 2020. godine nominirano je i nekoliko lokaliteta uz rijeku Dunav. Ostatci su to granica Rimskog Carstva zadovoljavajući 2., 3. i 4. kriterij čineći ih kulturnom baštinom. Utvrde i stražarnice korištene su za čuvanje hrvatskog dijela dunavskog limesa, a za njihovo povezivanje stvoreni su i vojni putevi. Ova nominacija uključuje 23 različita mjesta.

2.2. Dosadašnja istraživanja utjecaja kulturne baštine na turistički razvitak gradova

Kulturna baština može biti moćan alat za razvoj turizma. Može privući posjetitelje, stvoriti ekonomske koristi i promicati kulturno razumijevanje. Međutim, utjecaj kulturne baštine na turizam složen je i ovisi o nizu čimbenika, uključujući vrstu kulturne baštine, kvalitetu njezine prezentacije te marketing i promociju destinacije, ističe M. Elizabeth Kenna (2000: 371). Također „Kulturna baština može se iskoristiti za stvaranje jedinstvenog i autentičnog turističkog iskustva. Posjetiteljima može pružiti osjećaj mjesta i povezanost s prošlošću. To može biti snažan motivator za putovanje, posebno za turiste koji su zainteresirani za upoznavanje različitih kultura“ (M. Elizabeth Kenna 2000: 372).

Za primjer odabrano je istraživanje A. M. Grgić i M. Grković (2022) Sveučilišta u Splitu pod naslovom „Utjecaj kulturne i prirodne baštine i obilježja kulturnog sektora na razvoj turizma“. Grgić i Grković (2022 :10) ističu da „U Hrvatskoj, kulturna baština je jedan od najvažnijih turističkih resursa. Hrvatska ima bogatu i raznovrsnu kulturnu baštinu, koja uključuje povijesne građevine, spomenike, muzeje, galerije i druge kulturne atrakcije. Ova kulturna baština privlači turiste iz cijelog svijeta.“ Također smatraju kako je kulturna baština ključni resurs za razvoj turizma te da ista može biti osnova za razvoj različitih turističkih proizvoda i usluga. Kulturne atrakcije poput muzeja, galerija, povijesnih građevina i spomenika mogu biti razvoj različitih turističkih proizvoda i usluga. Prema istraživanju Europske komisije iz 2018. godine, 42% turista u Europskoj uniji putuje u svrhu kulturnog turizma te isti provode više vremena u odredištu i troše više novca od ostalih turista, navode Grgić i Grković (2022: 11). Osim toga, smatraju i kako kulturna baština ima pozitivan utjecaj na turistički razvitak gradova na nekoliko

načina: može privući nove turiste i povećati broj noćenja, može produžiti sezonu i povećati prihode od turizma te može doprinijeti razvoju lokalnih zajednica, očuvanju kulturne baštine i stvaranju novih radnih mjesta.

Glavni zaključak ovoga istraživanja je da kulturna i prirodna baština imaju značajan utjecaj na turistički razvitak gradova. Kulturna i prirodna baština može privući nove turiste, produžiti sezonu i povećati prihode od turizma. Kulturna i prirodna baština može također doprinijeti razvoju lokalnih zajednica, očuvanju kulturne baštine i stvaranju novih radnih mjesta. Istraživanje je pokazalo da kulturna i prirodna baština imaju pozitivni utjecaj na turistički razvitak na nekoliko načina:

- Privlačenje novih turista: Kulturna i prirodna baština može privući turiste iz cijelog svijeta. Turisti su zainteresirani za upoznavanje različitih kultura i prirodnih ljepota.
- Proširenje sezone: Kulturne i prirodne atrakcije mogu se posjetiti tijekom cijele godine. To može pomoći u produženju turističke sezone i povećanju prihoda od turizma.
- Povećanje prihoda od turizma: Turisti koji posjećuju kulturne i prirodne atrakcije obično troše više novca od ostalih turista. To može dovesti do povećanja prihoda od turizma.
- Doprinos razvoju lokalnih zajednica: Kulturna i prirodna baština može doprinijeti razvoju lokalnih zajednica. Ona može stvoriti nova radna mjesta, povećati prihode i poboljšati kvalitetu života lokalnog stanovništva.
- Očuvanje kulturne baštine: Kulturna i prirodna baština može se koristiti za očuvanje kulturne baštine. Ona može pomoći u podizanju svijesti o kulturnoj baštini i potaknuti ljude na njezino očuvanje.

Istraživanje je također pokazalo da je važan čimbenik za razvoj turizma na temelju kulturne i prirodne baštine kvalitetna prezentacija i promocija destinacije. Kulturne i prirodne atrakcije trebaju biti dobro prezentirane i promovirane kako bi privukle turiste.

Na temelju ovih zaključaka, može se zaključiti da kulturna i prirodna baština imaju potencijal biti ključni pokretači turističkog razvitka gradova.

3. EMPIRIJSKI DIO

U ovom dijelu rada obradit će se problem istraživanja, cilj istraživanja te predstaviti hipoteze.

3.1. ODREĐENJE PROBLEMA ISTRAŽIVANJA

Kulturna baština ključni je čimbenik u razvoju turizma, doprinoseći jedinstvenim iskustvima putnika i obogaćujući njihovo razumijevanje različitih kultura. Međutim, iako se čini da kulturna baština igra važnu ulogu u turističkoj industriji, postavlja se pitanje kako točno utječe na odluke turista te koji su ključni čimbenici koji oblikuju ovu povezanost.

Jedan od ključnih problema istraživanja je razumjeti kako i u kojoj mjeri kulturna baština utječe na preferencije, izbore i ponašanje turista. U svijetu sve većeg globalnog povezivanja, kulturna raznolikost postaje sve važnija za privlačenje putnika. Međutim, nije dovoljno samo pretpostaviti da putnici automatski cijene kulturnu baštinu. Potrebno je razjasniti koje specifične komponente kulturne baštine, kao što su povijesni spomenici, tradicije, umjetničke izložbe ili gastronomska iskustva, imaju najveći utjecaj na motivaciju putnika da odaberu destinaciju.

Također, problem istraživanja obuhvaća identifikaciju prepreka koje mogu ometati turiste u iskorištavanju kulturne baštine u svojim putovanjima. To uključuje prepreke kao što su jezične barijere, nedostatak informacija, nedostupnost kulturnih sadržaja ili nedostatak autentičnosti iskustava. Otkrivanje ovih prepreka omogućit će bolje razumijevanje kako turističke destinacije mogu poboljšati svoje ponude i osigurati da putnici imaju kvalitetno i obogaćujuće iskustvo kulturne baštine.

U sklopu ovog istraživanja, ključno je razmotriti i utjecaj tehnologije na percepciju i konzumaciju kulturne baštine. Digitalne tehnologije, kao što su mobilne aplikacije, virtualne ture i interaktivni sadržaji, mijenjaju način na koji putnici doživljavaju kulturnu baštinu. Pitanje je kako se ove tehnološke inovacije prepliću s tradicionalnim oblicima doživljavanja kulturnih vrijednosti i kako utječu na stvaranje veze između putnika i odredišta.

Problem istraživanja kojim se ovaj rad bavi je identifikacija prepreka kod turista te utjecaja tehnologije na percepciju prirodne i kulturne baštine.

3.1.1. Cilj istraživanja

Ciljevi istraživanja usmjereni su na dublje razumijevanje utjecaja kulturne baštine na razvoj turizma među turistima, identifikaciju ključnih čimbenika koji oblikuju tu vezu te pružanje smjernica za unapređenje turističke ponude i iskustava na temelju kulturne baštine. Ciljevi istraživanja uključuju nekoliko aspekata kao što su:

- Razumijevanje preferencija i motiva: Istraživanje će se fokusirati na istraživanje motiva i preferencija turista kada je u pitanju odabir destinacija koje se temelje na kulturnoj baštini. Cilj je identificirati specifične kulturne aspekte i doživljaje koji privlače putnike te razumjeti dublje motive koji leže iza njihovih odluka.
- Analiza percepcije kulturne baštine: Istraživanje će pokazati kako turisti percipiraju kulturnu baštinu i kako ta percepcija utječe na njihove odluke o putovanjima. Cilj je razumjeti kako putnici vrednuju povijesne, umjetničke, tradicionalne i druge kulturne elemente te kako se to odražava na njihove izbore.
- Identifikacija prepreka i izazova: Istraživanje će analizirati potencijalne prepreke koje turisti mogu doživjeti prilikom iskorištavanja kulturne baštine u svojim putovanjima. Cilj je identificirati jezične, informacijske, infrastrukturne i druge prepreke te razumjeti kako se te prepreke mogu prevladati ili ublažiti.
- Utjecaj tehnologije: Jedan od ciljeva istraživanja je istražiti i način na koji digitalne tehnologije oblikuju doživljaj kulturne baštine među turistima. Analizirat će se kako mobilne aplikacije, virtualne ture, društveni mediji i drugi digitalni alati utječu na percepciju, interakciju i dijeljenje iskustava kulturne baštine.

3.1.2. Hipoteze istraživanja

Hipoteza 1: Kulturna baština ima pozitivan utjecaj na odluke turista o odabiru destinacija.

Ova hipoteza pretpostavlja da putnici više cijene destinacije koje nude bogatu kulturnu baštinu te da su skloni odabiru destinacija koje omogućavaju dublje uranjanje u lokalnu kulturu, povijest i tradiciju. Istraživanjem će se provjeriti koliko turisti vrednuju kulturne elemente prilikom planiranja svojih putovanja te u kojoj je mjeri prisutnost bogate kulturne baštine faktor koji utječe na njihovu konačnu odluku.

Prema Richardsu (2001: 81) širenju turističke industrije pridonijela je dostupnost muzeja, izložba i drugih kulturnih događanja namijenjene široj javnosti. Odnos između kulturnog nasljeđa i turizma posebno je očit u Europi, gdje su putnici od prvih planiranih posjeta privučeni

bogatom povijesnom i kulturnom poviješću regije. Također, povoljna povezanost između porasta turizma i porasta posjeta kulturnim atrakcijama uočena je u nekoliko zemalja. Kulturne znamenitosti smatraju se oznakama značajnih razdoblja u svjetskoj kulturi. Oni služe kao središnja točka nekoliko turističkih aktivnosti i kao temelj konkurentnosti i prepoznatljivosti destinacije. Gradovi i regije Europske unije stoga uspostavljaju sve više programa za promicanje kulturne baštine.

Hipoteza 2: Turističke destinacije bi trebale bolje promovirati svoju kulturnu baštinu.

Navedena hipoteza sugerira da turistički potencijal destinacija može biti značajno poboljšan kroz učinkovitu promociju njihovih kulturnih resursa. Ova hipoteza polazi od pretpostavke da kulturna baština, kao ključna komponenta identiteta destinacije, može privući veći broj posjetitelja ako je adekvatno predstavljena. Promocija može uključivati različite marketinške strategije, edukativne sadržaje i suradnju s lokalnim zajednicama kako bi se istaknula jedinstvena kulturna vrijednost destinacije, što bi dugoročno doprinijelo razvoju održivog turizma.

Hipoteza 3: Turistički vodiči i informacijski resursi (Internet) pomažu boljoj informiranosti o kulturnoj baštini.

U navedenoj se hipotezi pretpostavlja da dostupnost i korištenje turističkih vodiča te internetskih resursa pozitivno utječu na znanje i svijest posjetitelja o kulturnoj baštini destinacije. Ova hipoteza polazi od ideje da su informirani turisti skloniji razumjeti, cijeniti i poštovati kulturne aspekte posjećenih lokacija. Kvalitetni vodiči i internetski sadržaji omogućuju lakši pristup informacijama, povećavajući tako vrijednost iskustva za posjetitelje i doprinoseći boljem očuvanju i promociji kulturne baštine.

Hipoteza 4: Digitalne tehnologije imaju pozitivan utjecaj na percepciju kulturne baštine.

Hipoteza pretpostavlja da upotreba digitalnih alata, poput virtualnih tura, aplikacija, proširene stvarnosti te interaktivnih multimedijalnih sadržaja, poboljšava način na koji posjetitelji doživljavaju i razumiju kulturnu baštinu. Ova hipoteza sugerira da digitalne tehnologije mogu učiniti kulturnu baštinu pristupačnijom, interaktivnijom i zanimljivijom, omogućujući posjetiteljima dublje i bogatije iskustvo, čak i izvan fizičkog prostora baštine. Time se povećava svijest, angažman i interes za očuvanje i vrednovanje kulturnih dobara.

Hipoteza 5: Dostupnost informacija o kulturnoj baštini na turističkim web stranicama ili u turističkim brošurama je na zadovoljavajućoj razini.

Navedena hipoteza polazi od pretpostavke da su podaci o kulturnoj baštini, koji su ključni za turističko iskustvo, adekvatno predstavljeni i lako dostupni putem službenih kanala. Ova hipoteza sugerira da turističke web stranice i brošure nude dovoljno informacija kako bi posjetitelji mogli razumjeti, cijeniti i planirati svoje posjete kulturnim lokalitetima. Zadovoljavajuća razina dostupnosti ovih informacija implicira da su turisti dovoljno informirani da donesu informirane odluke o svojim putovanjima, te da mogu iskoristiti bogatstvo kulturne ponude destinacije.

3.2.METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

U nastavku rada prikazuje se metodologija samog istraživanja uključujući uzorak ispitanika te rezultate.

3.2.1. Način provođenja istraživanja i uzorak

Istraživanje je provedeno isključivo putem upitnika u sklopu ovog završnog rada te je provedeno tijekom srpnja i kolovoza 2023. godine na području Osječko-baranjske županije. Kanal preko kojega je upitnik kreiran je Google Forms, a distribuirana je preko prijatelja i poznanika te putem Facebook stranice Studentskog centra u Osijeku. Upitnik je proveden na uzorku od 111 ispitanika.

U prvome redu korištena je metoda sinteze i analize te apstrakcije. Metoda indukcije uvelike je pomogla, kao i metoda dokazivanja gdje su za lakše dokazivanje koristili rezultati već provedenih istraživanja.

3.3.ANALIZA PODATAKA I RASPRAVA

U daljnjem tijeku rada prikazuju se rezultati provedenog istraživanja.

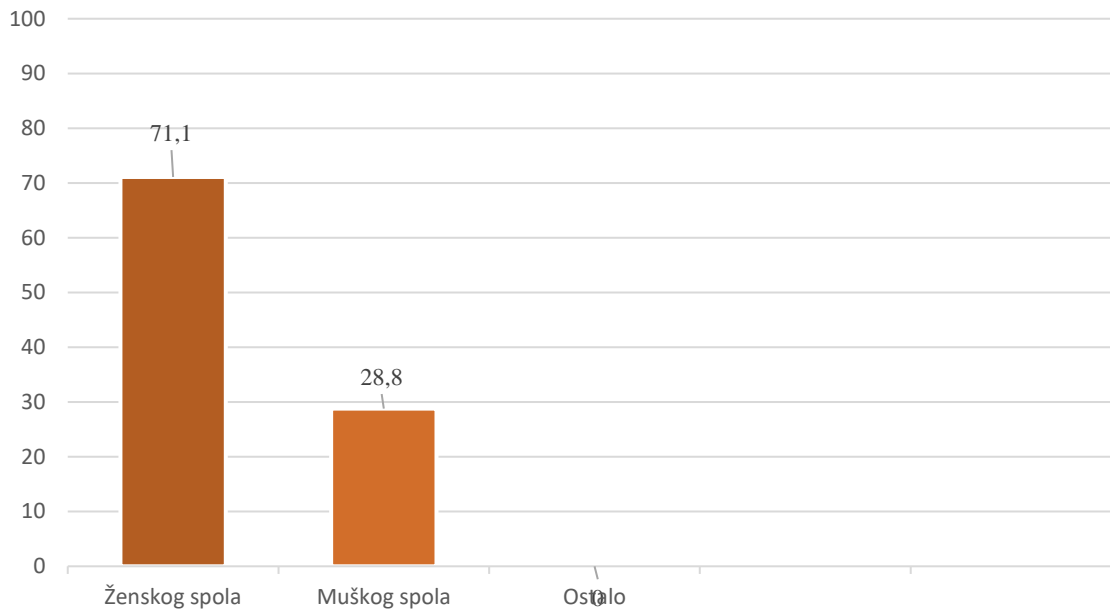
3.3.1. Rezultati

Za potrebe ovog završnog rada proveden je upitnik na koji se sastojao od 21 pitanja te je u istraživanju sudjelovalo 111 ispitanika.

U nastavku se nalaze obrađeni rezultati istraživanja prema pitanjima iz upitnika.

Grafikon 1. predstavlja spol ispitanika.

Grafikon 1 Spol ispitanika

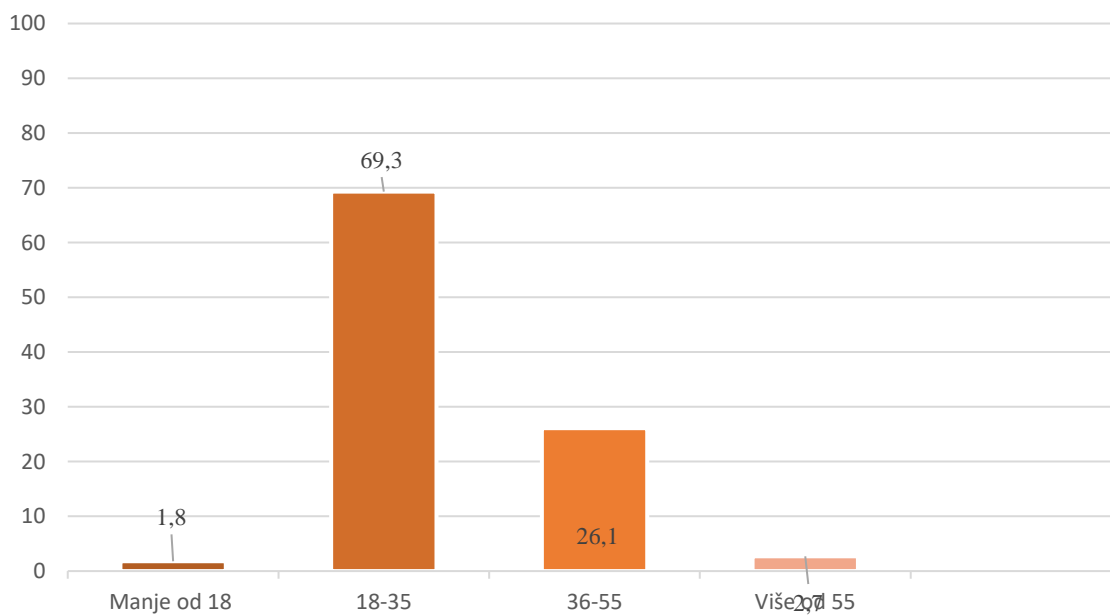


Izvor Izrada autorice na temelju provedenog istraživanja

Prvo se pitanje odnosi na spol osobe koja ispunjava upitnik s mogućim odgovorima „žensko“, „muško“ i „drugo“. Od 111 ispitanika 79 odgovora, što je 71,1%, izjasnilo se kao ženski spol, a 32 muško ili 28,8%. Treću opciju „ostalo“ nije nitko odabrao.

Grafikon 2 predstavlja omjer godina ispitanika.

Grafikon 2 Starost ispitanika

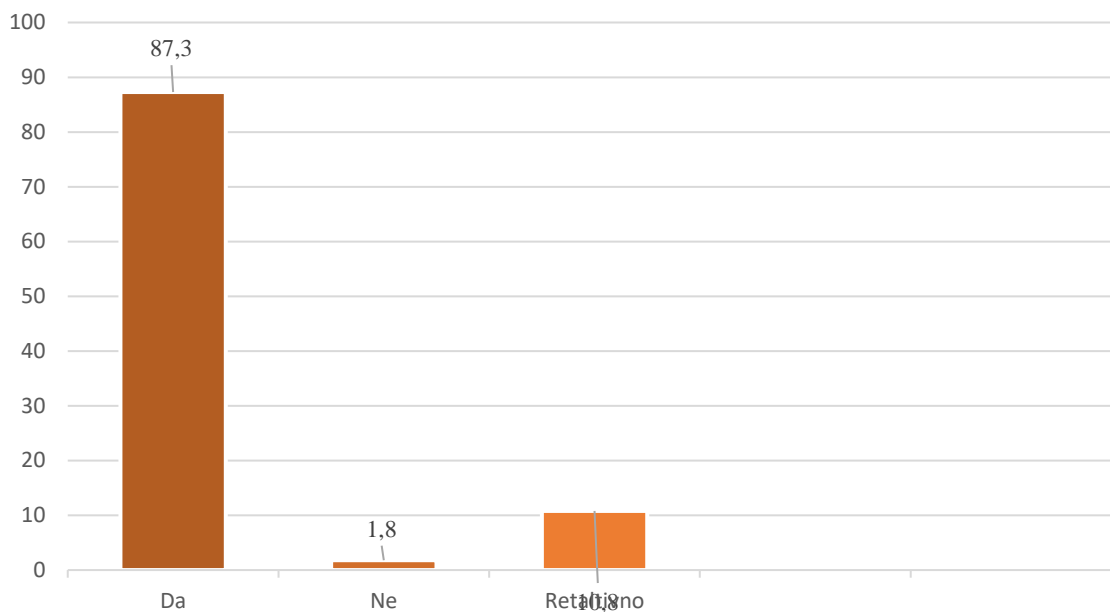


Izvor Izrada autorice na temelju provedenog istraživanja

Drugo se pitanje odnosilo na godine onoga koji ispunjava upitnik te su moguća 4 odgovora. Dvoje ispitanika, 1,8%, ima manje od 18 godina. Čak 77 ispitanika koji čine 69,3% naznačilo je kako ima „18-35“ godina. „36-55“ godina označilo je 29 ispitanika tj. 26,1%. Zadnji ponuđen odgovor „više od 55“ godina ima samo 3 ispitanika koji čine 2,7%.

Grafikon 3 predstavlja upućenost ispitanika u temu

Grafikon 3 Razumijete li pojam kulturna baština?

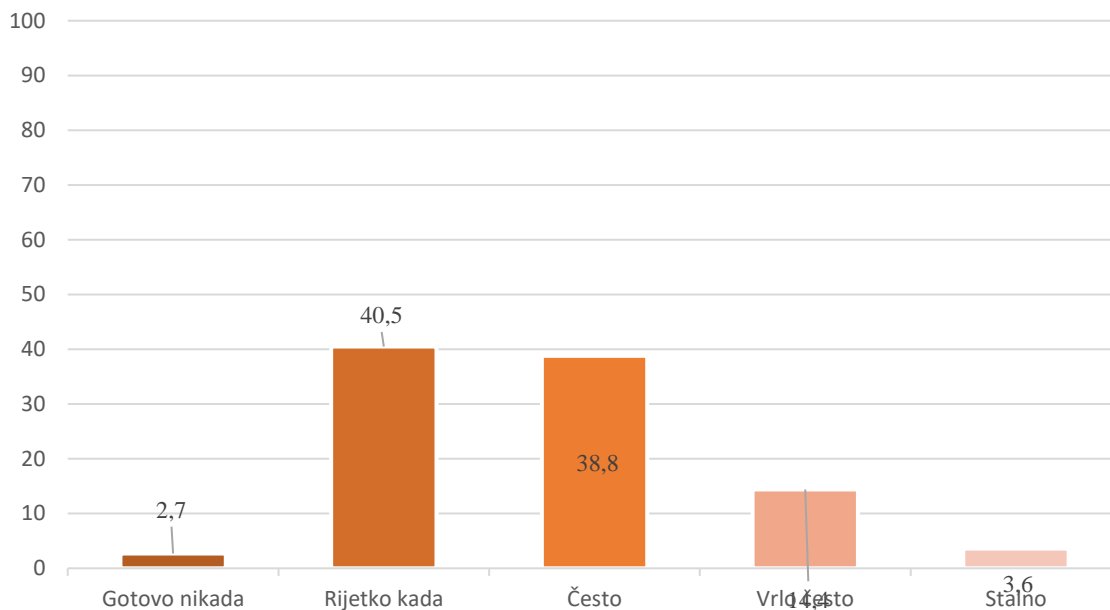


Izvor Izrada autorice na temelju provedenog istraživanja

Treće pitanje odnosilo se na trenutnu upućenost ispitanika i općenito poznavanje teme o kojoj raspravljamo pod naslovom „Razumijete li pojam kulturna baština?“. Na isto sam pitanje pobudila tri moguća odgovora: „Da“ na koje je odgovorilo 97 ispitanika koji čine 87,3%, „Ne“ na koje je odgovorilo svega 1,8% što je dvoje ispitanika, te „Relativno“ na koje je odgovorilo 12 ispitanika. 10,8% ispitanika koji su odgovorili „Relativno“ zapravo razumiju o čemu govorimo, no nisu u potpunosti upoznati s istim pojmom.

Grafikon 4 postavlja pitanje koliko ispitanici često putuju.

Grafikon 4 Koliko često putujete i birate destinacije za svoje putovanje?

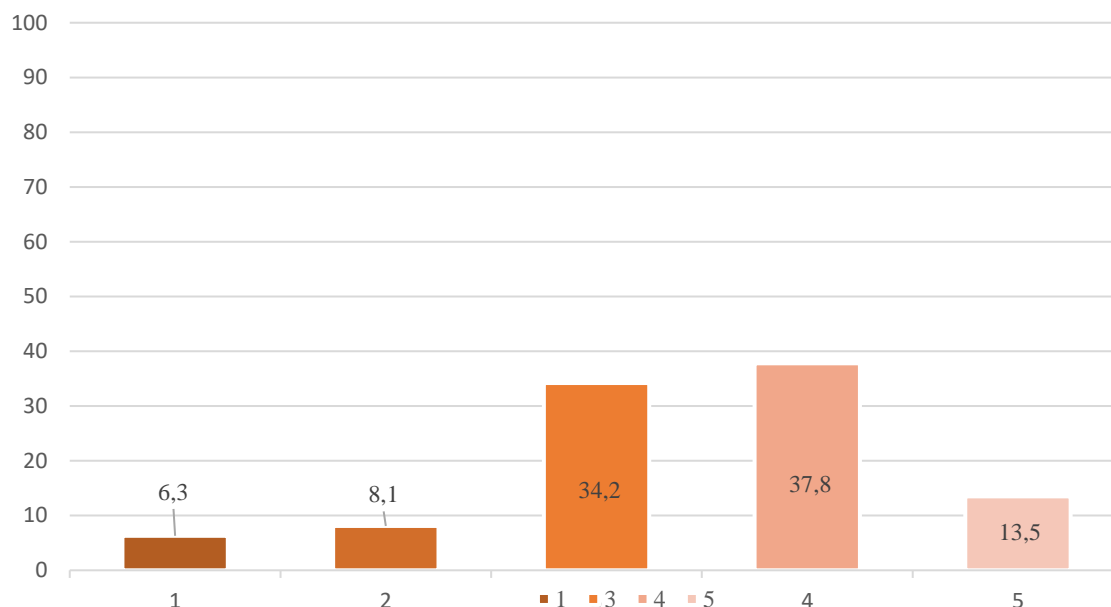


Izvor Izrada autorice na temelju provedenog istraživanja

Četvrto je pitanje glasilo: „Koliko često putujete i birate destinacije za svoje putovanje?“. Na isto pitanje ponuđeno je pet mogućih odgovora. Samo četvero ispitanika, 3,6%, odgovorilo je kako stalno putuje, dok onih koji „Gotovo nikada“ ne putuju je samo troje, to jest 2,7%. Skoro je izjednačen broj onih koji „Često“ putuju, njih 43 to jest 38,8%, te onih koji „Rijetko kada“ putuju, njih 45 koji čine 40,5% ukupnih ispitanika. 16 se ispitanika, 14,4%, izjasnilo kako „Vrlo često“ putuju.

Grafikon 5 postavlja pitanje koliko je ispitanicima važna kulturna baština prilikom odabira destinacija.

Grafikon 5 Važnost kulturne baštine pri odabiru destinacija

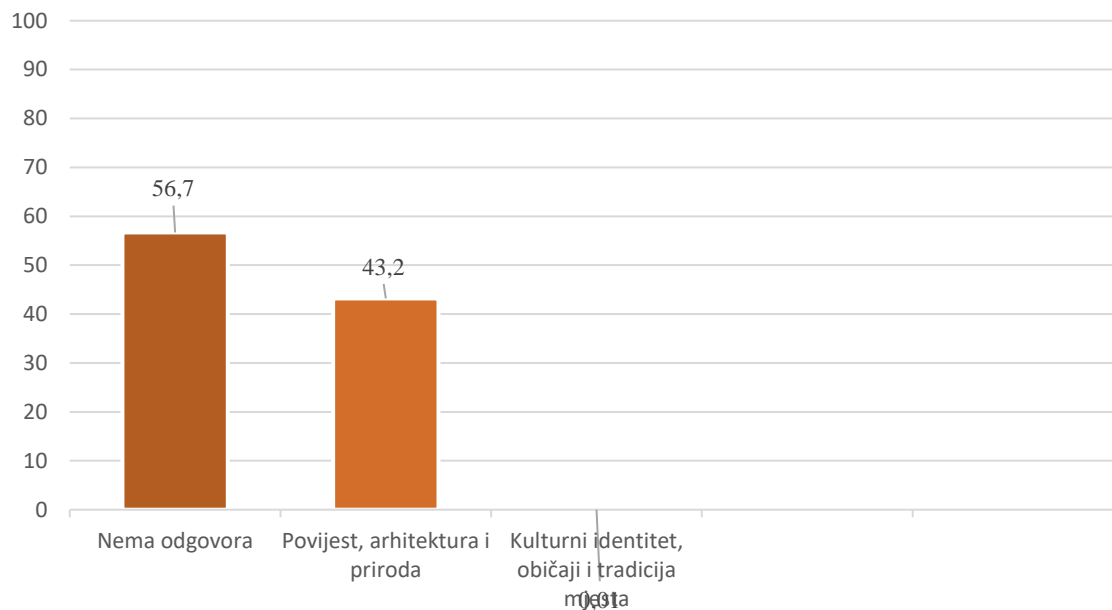


Izvor Izrada autorice na temelju provedenog istraživanja

Peto je pitanje glasilo: „Koliko je važna kulturna baština prilikom vašeg odabira turističke destinacije?“ gdje su ponuđeni odgovori od 1-5 gdje je 1 „Nije važna“, a 5 „Vrlo je važna“. Najviše ispitanika, njih 42 to jest 37,8%, odgovorilo je na skali brojem 4. Njih 38, 34,2%, odgovorilo je brojem 3 što bi značilo kako im zapravo nije toliko važna niti je u potpunosti nevažna. Njih samo 15 koji čine 13,5% odgovorilo je kako je kulturna baština pri odabiru njihovog putovanja „Vrlo važna“. Devet ispitanika, 8,1%, odgovorilo je brojem 2 na ljestvici, a najmanje je bilo onih kojima „Nije važna“ te su odgovorili brojem 1, njih 7 koji čine 6,3% od ukupnog broja ispitanika.

Šesto je pitanje glasilo: „Koje su ključne komponente kulturne baštine koje vas privlače pri odabiru destinacije?“ te je dana mogućnost samostalnog odgovora. 56,7%, to jest 63 ispitanika nisu dala odgovor na ovo pitanje. Najčešći odgovori ostalih 48 ispitanika, koji čine 43,2%, bili su: povijest, arhitektura i priroda, dok je manji broj njih zainteresiran za kulturni identitet, običaje i tradiciju mjesta u koje dolaze. Sve navedeno prikazano je u grafikonu 6 u nastavku.

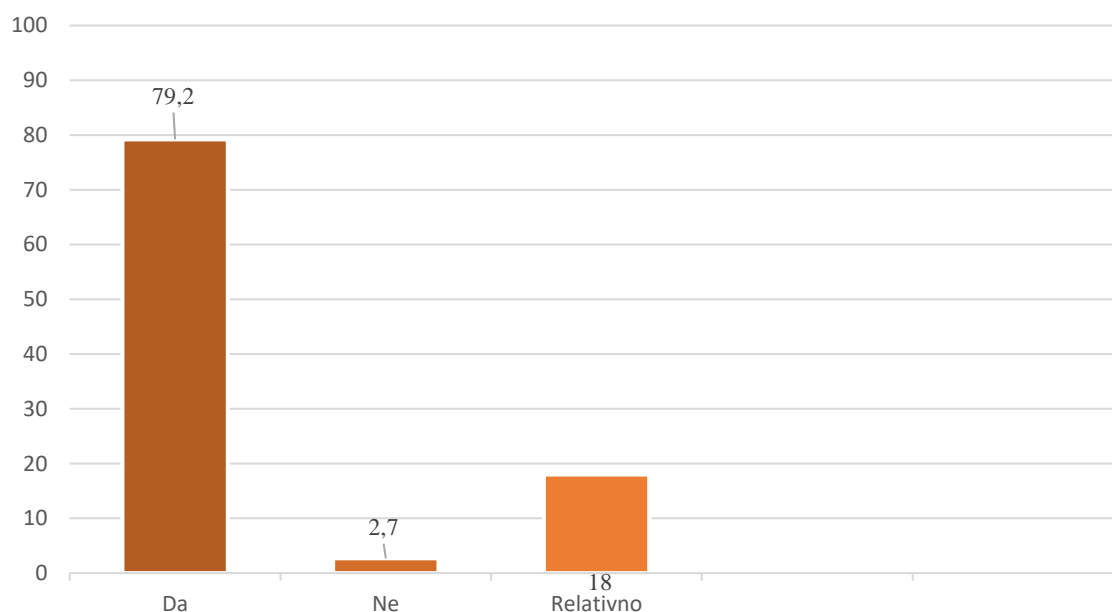
Grafikon 6 Ključne komponente baštine



Izvor Izrada autorice na temelju provedenog istraživanja

Grafikon 7 prikazuje smatraju li ispitanici da kulturna baština obogaćuje njihovo putovanje.

Grafikon 7 Smatrate li da iskustva kulturne baštine obogaćuju Vaše putovanje?

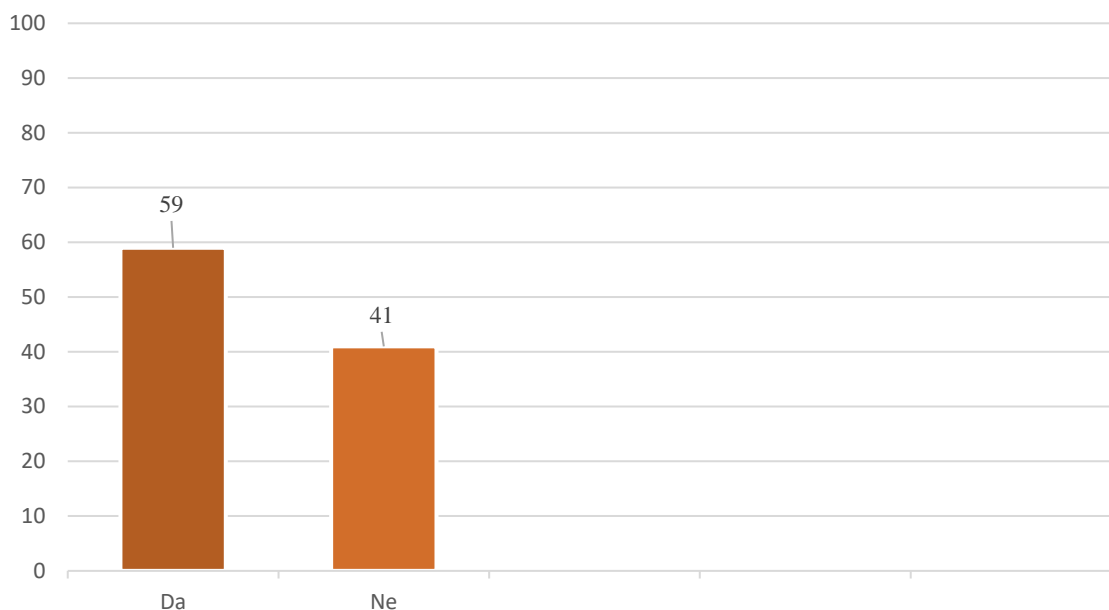


Izvor Izrada autorice na temelju provedenog istraživanja

„Smatrate li da iskustva kulturne baštine obogaćuju Vaše putovanje?“ bilo je sedmo pitanje. Na isto ponuđena su tri moguća odgovora: „Da“ s kojim se složilo čak 88 ispitanika to jest 79,2%, „Relativno“ na koje je odgovorilo 20 ispitanika, 18% te „Ne“ s kojim se najmanje ispitanika složilo, samo njih troje koji čine 2,7%.

Grafikon 8 predstavlja posjećenost destinacije samo zbog njene kulturne baštine.

Grafikon 8 Jeste li posjetili destinaciju samo zbog njene kulturne baštine?

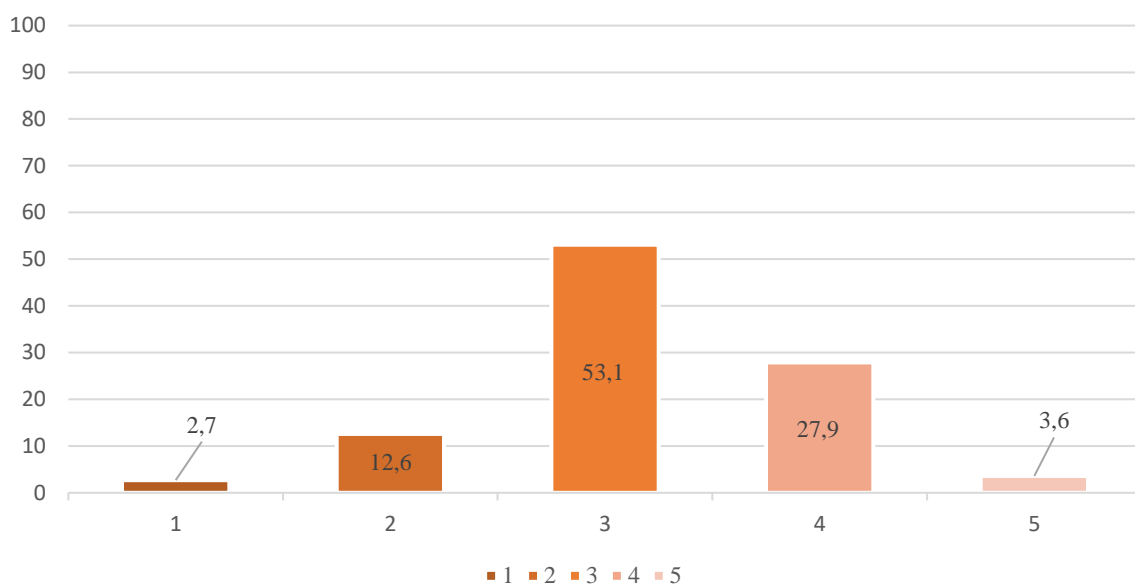


Izvor Izrada autorice na temelju provedenog istraživanja

Kao osmo pitanje postavljeno je: „Jeste li posjetili destinaciju samo zbog njene kulturne baštine?“ te dva moguća odgovora. 66 ispitanika, to jest 59% odgovorilo je „Da“, dok je ostalih 45, to jest 41%, ispitanika odgovorilo „Ne“.

Deveto pitanje glasi: „Kako biste ocijenili svoje razumijevanje kulturne baštine grada u koji putujete prije dolaska?“. Na njega sam također za odgovor postavila ljestvicu od 1 do 5 gdje je 1 „Uopće ne razumijem“, a 5 „Razumijem u potpunosti“. Najviše je ispitanika, njih 59, to jest 53,1%, odgovorilo brojem 3 što znači da razumiju osnove svog putovanja. 31 ispitanik, 27,9%, odgovorilo je brojem 4, a njih 14, 12,6%, brojem 2. Njih troje, 2,7%, uopće ne razumiju baštinu grada koji posjećuju, dok samo četvero, 3,6%, u potpunosti razumiju. Navedeni rezultati prikazani su u grafikonu u nastavku.

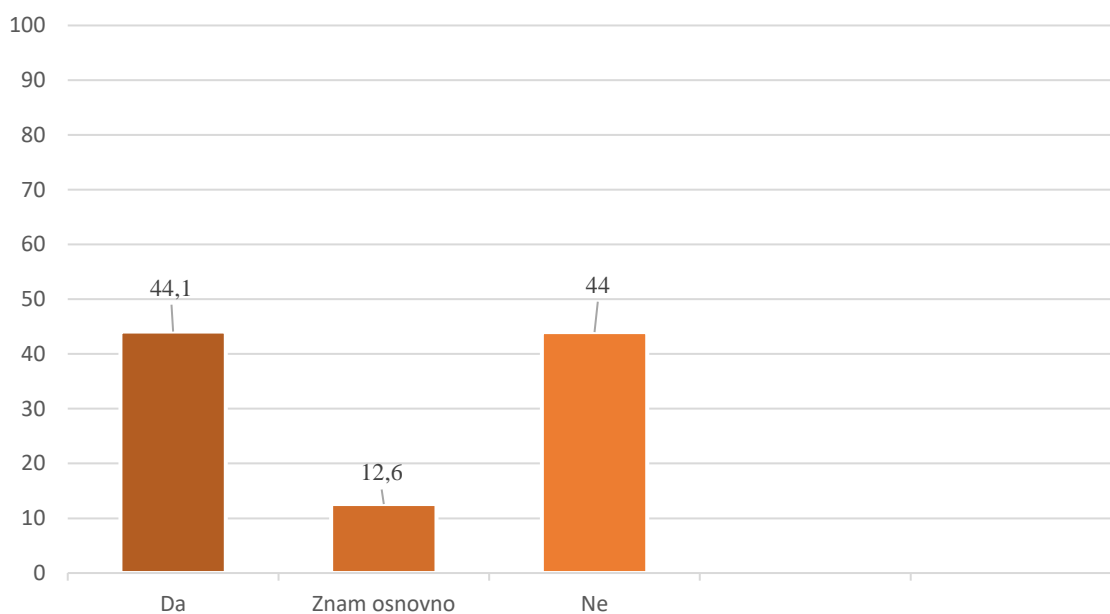
Grafikon 9 Razumijevanje kulturne baštine grada u koji se putuje



Uredila autorica na temelju provedenog istraživanja

Grafikon 10 prikazuje informiranost ispitanika o kulturnoj baštini mjesta u koje putuju.

Grafikon 10 Informiranost ispitanika o kulturnoj baštini mjesta u koje putuju



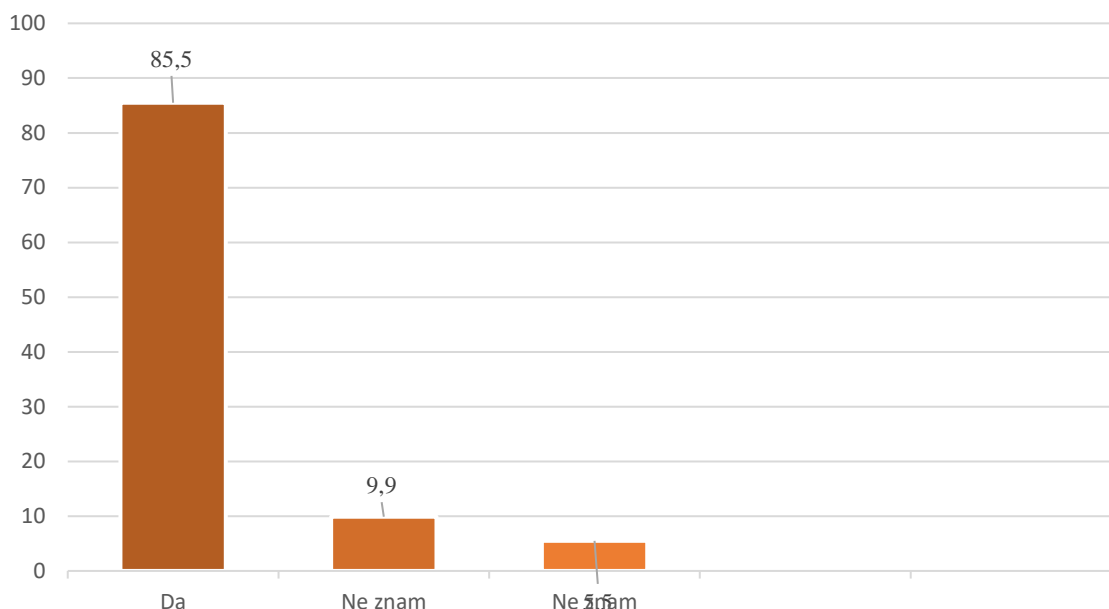
Izvor Izrada autorice na temelju provedenog istraživanja

Na deseto pitanje „Jeste li se informirali o kulturnoj baštini grada prije nego što ste krenuli na svoje putovanje?“ dobiveni su zanimljivi rezultati. 49 ispitanika, to jest 44,1% odgovorilo je s „Da“ te je isti broj, 49 njih što je 44,%, odgovorilo „Znam osnovno“ dok je njih 13, odnosno 12,6%, odgovorilo s „Ne“.

Zatim slijedi pitanje „Koje resurse koristite kako biste saznali više o kulturnoj baštini destinacije koju posjećujete?“. Na isto pitanje je ostavljeno mjesto za proizvoljan odgovor. 38 ispitanika, koji su 34,2% ukupnog broja ispitanika, nije dalo odgovor na ovo pitanje. 70 ispitanika, 63%, informacije pronalazi na internetu dok samo mali broj, njih troje, to jest 2,7%, iste informacije pronalazi u knjigama.

Nadalje, na pitanje „Smatrate li da turističke destinacije trebaju bolje promovirati svoju kulturnu baštinu?“ 95 ispitanika, njih 85,5%, odgovorilo je sa „Da“. 11 ispitanika, to jest 9,9%, odgovorilo je sa „Ne znam“, a samo njih petero, 4,5%, sa „Ne“. Hipoteza 2 potvrđuje dobivene rezultate. Dobiveni rezultati prikazani su u grafikonu 11 u nastavku.

Grafikon 11 Smatrate li da turističke destinacije trebaju bolje promovirati svoju kulturnu baštinu?



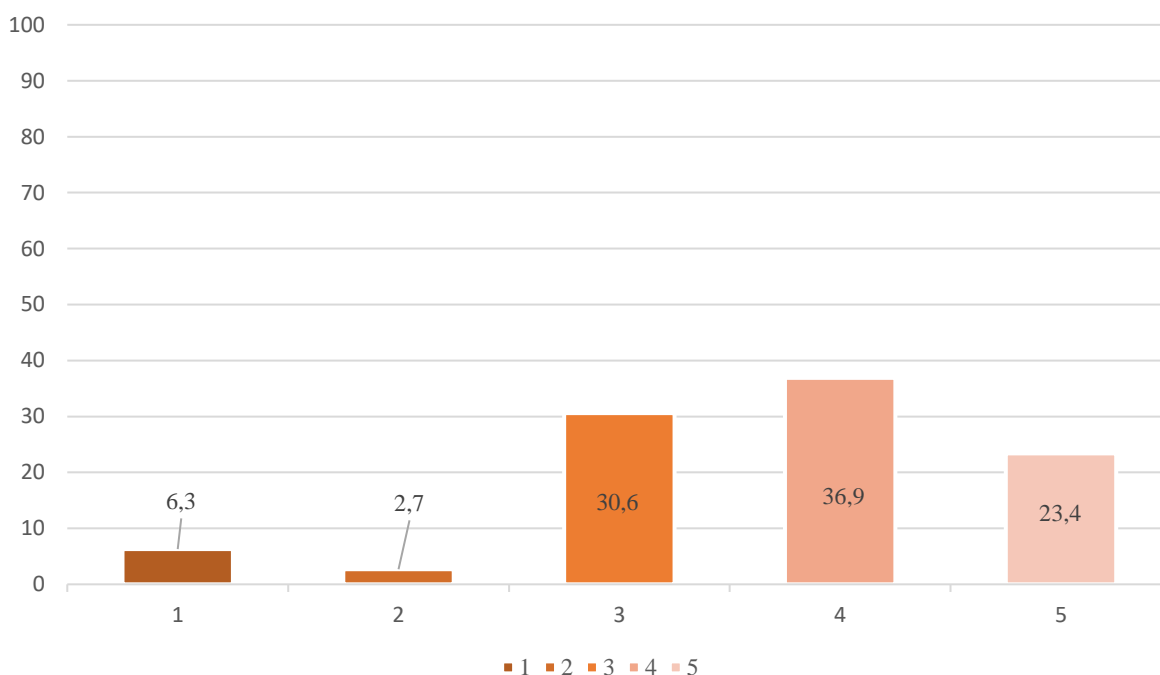
Izvor Izrada autorice na temelju provedenog istraživanja

Na pitanje „Koje vrste kulturnih iskustava preferirate tijekom putovanja?“ mogućih su šest odgovora. „Kulturna dobra odnosno povijesne građevine“ odabralo je 37 ispitanika, to jest 33,3%. 13 ispitanika, njih 11,7%, najviše interesira „Lokalna hrana“. Tradicionalne manifestacije zanimljive su 8,1% ispitanika, znači njih devetero dok su petero ispitanika, 4,5%, odabrali „Muzeje i galerije“. Najveći broj ispitanika, njih 44 što je 39,6%, odabralo je „Sve od navedenog“, a samo njih troje, 2,7%, ne zanima „Ništa od navedenog“.

„Koje vrste kulturnih iskustava preferirate tijekom putovanja?“ glasi 14. pitanje s dva moguća odgovora. 69 ispitanika, 62,1%, odgovorilo je sa „Da“ te njih 42, 37,8%, odgovorilo je sa „Ne“.

Petnaesto pitanje glasi „Kako tehnologija (mobilne aplikacije, virtualne ture) utječe na vašu percepciju kulturne baštine na određitu?“ i tu je također postavljena ljestvica 1-5 gdje se 1 odnosi na „Uopće ne utječe“, a 5 „Iznimno utječe“. Najviše je ispitanika odabralo broj 4, njih 41, to jest 36,9%. Broj 3 odabralo je 34 ispitanika, 30,6%, a broj 2 njih samo 3, 2,7%. Na 26 ispitanika, 23,4%, mobilna tehnologija iznimno utječe odabravši broj 5, a uopće ne utječe na njih 7, odnosno 6, 3%, koji su odabrali broj 1. Te tvrdnje potvrđuje hipoteza 4. Rezultati su prikazani u grafikonu 12 u nastavku.

Grafikon 12 Utjecaj tehnologije na percepciju kulturne baštine



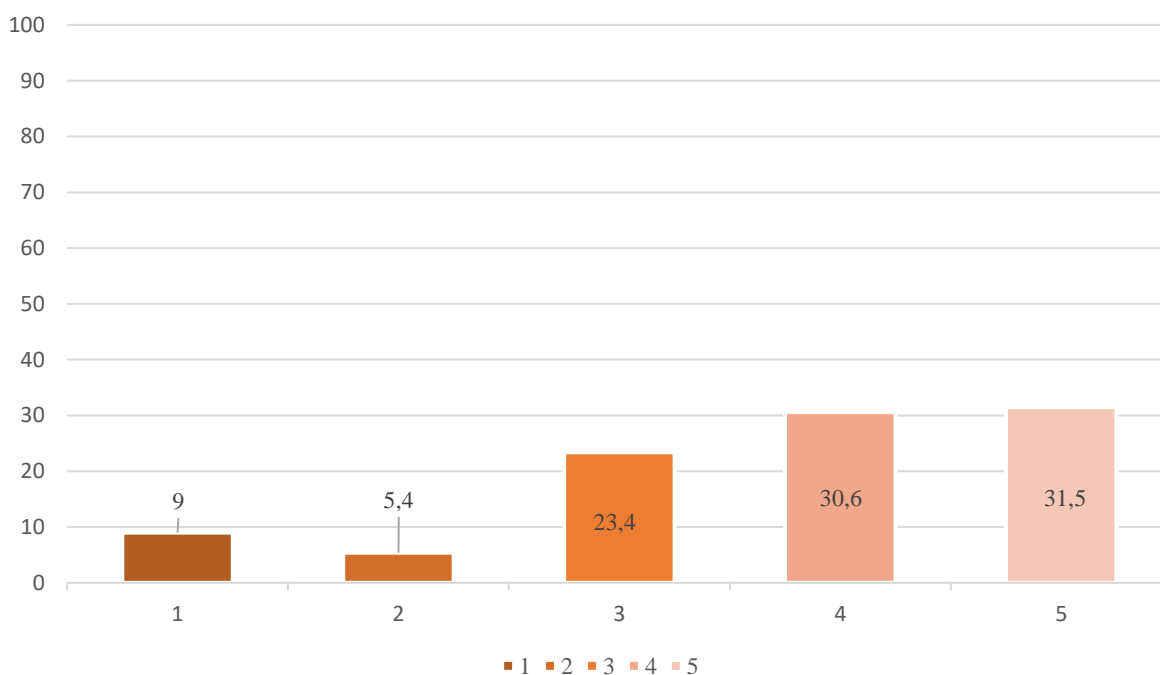
Izvor Izrada autorice na temelju provedenog istraživanja

Na 16. pitanje „Smatrate li da je očuvanje kulturne baštine važno za buduće generacije? Zašto?“ 55 ispitanika, to jest 49,5% ostalo je suzdržano, a druga polovica, njih 56 koji čine 50,4% ukupnog broja, smatra kako je baština vrlo važna. Na to je pitanje dobiveno pregršt zanimljivih odgovora među kojima su izdvojene one najzanimljivije. Jedan ispitanik kaže: „Da. Radi podsjetnika mladim generacijama što je bilo nekada, koje su razlike nekada i sada, kako se (društvo, infrastruktura, kultura...) mijenjala kroz godine popraćenim povijesnim obilježjima iz tih razdoblja.“ Također ostali najzanimljiviji odgovori su: „Ona mjesto čini različitom od ostalih mjesta. Jednoga dana neće samo lokacija, sunce, more itd. biti važna turistima, već sto priča tog mjesta, njegove tajne i posebnosti“, „Da, zato sto je očuvanje kulturne baštine, nacionalnog identiteta i kulturnih dobara dužnost svakog pojedinca svake nacije i kulture“.

Na 17. pitanje „Koja su vaša očekivanja u vezi s kulturnim iskustvima kada putujete na novu destinaciju?“ također je ostavljeno mjesto za proizvoljan odgovor. 63 ispitanika, to jest 56,7%, ostalo je suzdržano, to jest nije dalo odgovor. Ostali su ispitanici dali zanimljive odgovore kao što su: „Obogatiti svoje znanje novim kulturnim običajima i povijesnim događajima, stjecati nova kulturna iskustva i komunikacijske vještine kroz komunikaciju s lokalnim stanovništvom.“. Jedan ispitanik kaže: „Očekujem da ostanu što prirodnija i očuvanija te da uživamo u njihovim ljepotama.“ Dok drugi očekuje „Objašnjenja na engleskom ili hrvatskom jeziku“.

Na 18. pitanje, „Koliko često koristite vodiče ili informacijske resurse (internet) kako biste saznali više o kulturnoj baštini odredišta?“ postavljena je ljestvica 1-5 gdje 1 označava „Uopće ne koristim“, a 5 „Uvijek koristim“. Najveći broj ispitanika, njih 35 to jest 31,5%, „Uvijek koristi“, a njih 34, 30,6%, odabralo je broj 4. 26 ispitanika, 23,4%, odabralo je broj 3, a njih 10, 9%, odabralo je broj 1, što znači da uopće ne koriste. Samo je nekolicina, njih 6 koji čine 5,4% odabralo broj 2. Navedene rezultate potvrđuje hipoteza 3 a rezultati su prikazani u grafikonu 13 u nastavku.

Grafikon 13 Korištenje vodiča ili informacijskih resursa

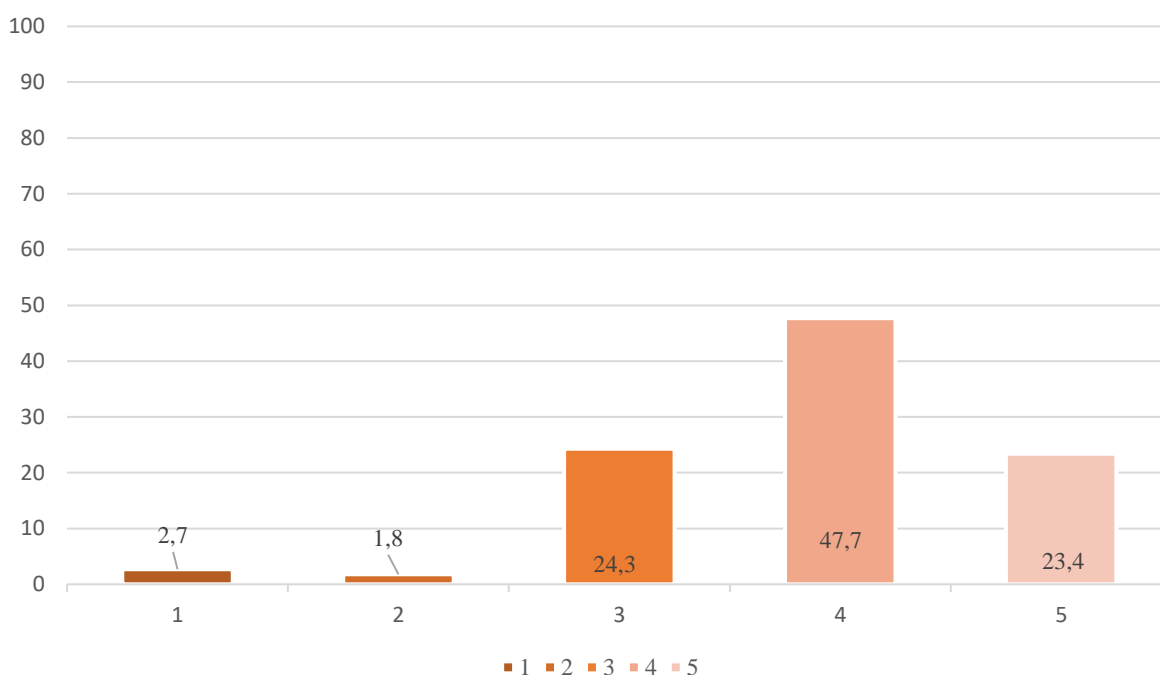


Izvor Izrada autorice na temelju provedenog istraživanja

Još jedna ljestvica 1-5 obilježila je 19. pitanje koje glasi „Kako biste ocijenili dostupnost informacija o kulturnoj baštini na turističkim web stranicama ili u turističkim brošurama?“.

Najviše ispitanika, njih 53 to jest 47,7%, odabralo je broj 4. Skoro jednak broj ispitanika, 27 njih koji čine 24,3%, odabralo je broj 3 te njih 26, odnosno 23,4%, odabralo je broj 5. Vrlo malo ispitanika, njih 3 što je 2,7%, odabralo je broj 1, a samo dvoje, 1,8%, odabralo je broj 2. Dobiveni rezultati odnose se na hipotezu H5. Navedeni rezultati prikazani su u grafikonu 14 u nastavku.

Grafikon 14 Dostupnost informacija na turističkim web stranicama i brošurama



Izvor Izrada autorice na temelju provedenog istraživanja

„Jesu li vaša iskustva kulturne baštine na putovanjima ispunila vaša očekivanja?“ glasi 20. pitanje i nudi se dva moguća odgovora. Čak 97 ispitanika, to jest 87,3%, odgovorilo je „Da“, a samo 14, odnosno 12,6%, kaže „Ne“.

Zadnje pitanje glasi „Biste li više posjećivali destinacije koje aktivno promoviraju i njeguju svoju kulturnu baštinu?“. Čak 103 ispitanika, to jest 92,7%, kažu „Da“ a samo njih 8, 7,2%, kažu „Ne“.

3.3.2. Rasprava

Obzirom na prezentirane rezultate upitnika prihvaćaju se sve navedene hipoteze. Stoga, može se zaključiti kako kulturna i prirodna baština iznimno utječu na turistički razvitak. Iako nije bilo puno onih koji su zaista uključeni u očuvanje ili samo razumijevanje kulturne baštine, još je

manje onih koji nisu uopće uključeni. Rezultati opravdavaju da je kulturna i prirodna baština iznimno važna, kako za trenutne generacije, tako i za buduće. Osim brojnih prednosti kulturnih destinacija najvažnija je ostavština koja je najzanimljivija najvećem broju ispitanika te da gradovi u istu moraju ulagati ukoliko misle povećati broj posjetitelja. Osim toga, hipoteza 2 je prihvaćena sa gotovo 85% ispitanika tvrdeći kako bi turističke destinacije trebale bolje promovirati svoju kulturu. Osim ulaganja u brošure, postoje i virtualne ture koje bi zasigurno pomogle pridobiti mlađu populaciju a u isto vrijeme biti u korak s vremenom. Također informacijski resursi na internetu pomažu boljoj informiranosti turista o lokalitetima koje posjećuju a tu tvrdnju podupire i samo istraživanje prikazano u grafikonu 13. Ispitanici također podržavaju hipotezu 5 smatrajući kako turističke brošure nude dovoljno informacija o samome mjestu, no također postoji dovoljno mjesta za napredak i poboljšanje istih.

4. ZAKLJUČAK

Jedan od najsloženijih socioekonomskih fenomena - turizam utječe na mnoge aspekte osobnog razvoja, svakodnevnog života i globalne ekonomije. Budući da su prvi planirani posjeti privukli turiste, kulturna i prirodna dobra vide se kao bitni resursi za razvoj turizma. Međutim, brojne teorijske studije sugeriraju da turistička industrija ne može jednostavno rasti zbog prisutnosti baštine. Stoga se ističe da je kulturni sektor neizostavno uključen u procese vrednovanja ostavštine, kao i njezino održavanje, interpretaciju i prezentaciju.

Zbog navedenih konstatacija u ovom završnom radu istraživao se odnos između turista i kulturne baštine destinacija koje posjećuju. Identificirano je kako je kulturna baština jedan od bitnih faktora u razvijenosti gradova zbog njene posjećenosti i kulturnim dobrima pojedinog mjesta. Osim što je važna za razvijenost gradova, navode se mnogo prednosti iste, od izvora pripadnosti i identiteta koji pomažu ljudima da razumiju svoje korijene, preko obrazovanja i svijesti do ekonomskog razvoja. Kulturna je baština također važna za održivi razvoj, a pomaže i u zaštiti okoliša i očuvanju bioraznolikosti.

Rezultati istraživanja temeljenog na navedenim hipotezama sugeriraju da učinkovita promocija i dostupnost informacija o kulturnoj baštini značajno doprinose razvoju turizma. Digitalne tehnologije i internetski resursi igraju ključnu ulogu u poboljšanju percepcije i informiranosti posjetitelja o kulturnoj baštini, dok turistički vodiči i brošure osiguravaju da su turisti adekvatno informirani. Međutim, potrebno je kontinuirano unaprjeđivati promociju i pristupačnost ovih informacija kako bi se postigla optimalna valorizacija i očuvanje kulturnih resursa, što u konačnici može pridonijeti održivom razvoju turističkih destinacija.

Zaključak ovog završnog rada je kako je očuvanje kulturne baštine važno za turistički razvoj gradova, a samim time i za buduće generacije te istu trebamo vrednovati u skladu s tim.

5. LITERATURA

Disertacijski rad

1. Drpić, D. (2018) *Turistički događaji temeljeni na baštini i konkurentnost turističke ponude*. Disertacijski rad. Rijeka: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu

Poglavlje u knjizi

1. Baker, K. (2013). *Information Literacy and Cultural Heritage*. Cambridge UK: Chandos publishing, str. 135-152.
2. Candela, G. i Figini, P. (2012). *The Economics of Tourism Destinations*. Berlin: Springer Berlin, str. 284-339
3. Gere, C. (2002). *Digital Culture*. London: Reaktion Books Ltd, str. 1-88.
4. Richards, G. (2005). *Cultural tourism in Europe*. United Kingdom: CAB International, str. 172-223.

Mrežna stranica

1. Cambridge Dictionary, 2023 *Tourist*. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/tourist> [pristup: 15.08.2023]
2. European Commission, 2023 *Cultural Heritage*. URL: <https://culture.ec.europa.eu/cultural-heritage> [pristup: 16.08.2023]
3. European Environment Agency, 2023 *Onečišćenje zraka*. URL: <https://www.eea.europa.eu/hr/themes/air> [pristup: 16.08.2023]
4. International council on monuments and sites, 2023 *Culture & Nature*. URL: <https://www.icomos.org/en/focus/culture-nature> [pristup: 14.08.2023]
5. Ministarstvo culture I medija Republike Hrvatske, 2023 *Nematerijalna kulturna baština upisana na UNESCO-ove popise*. URL: <https://min-kulture.gov.hr/izdvojeno/kulturna-bastina/vrste-kulturne-bastine/nematerijalna-kulturna-bastina/nematerijalna-kulturna-bastina-upisana-na-unesco-ove-popise/16448> [pristup: 15.08.2023]
6. Ministarstvo kulture I medija Republike Hrvatske, 2023 *Kulturna baština*. URL: <https://min-kulture.gov.hr/naslovna-blokovi-156/cultural-policy-170/izdvojena-lijeva-171/cultural-heritage/16779> [pristup: 16.08.2023]
7. Tourism notes. URL: https://tourismnotes.com/travel-tourism/#google_vignette [pristup: 16.08.2023]

8. UNESCO Institute for Statistics, 2009 UNESCO *Framework for Cultural Statistics*. URL: <https://uis.unesco.org/en/glossary-term/cultural-heritage> [pristup: 16.08.2023]
9. UNESCO, 2023 *Croatia*. URL: <https://whc.unesco.org/en/statesparties/hr> [pristup: 16.08.2023]
10. UNESCO, 2023 *Tentative Lists*. URL: <https://whc.unesco.org/en/tentativelists/> [pristup: 15.08.2023]
11. UNESCO, 2023 *The Criteria for Selection*. URL: <https://whc.unesco.org/en/criteria/> [pristup: 15.08.2023]
12. World Tourism Organisation a United Nations Specialized Agency, 2023 *Glossary of Tourism Terms*. URL: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms> [pristup: 14.08.2023]

Članak u časopisu

1. Dujmović, M. (2019) *Komercijalizacija kulturne baštine u turizmu*, 28 (2), str. 153-159.
2. Leiper, N. (1979). *Annals of Tourism Research. The framework of tourism: Towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry*, 6 (4), str. 390-407
3. Matečić, I. (2016) *Acta Turistica. Specifičnosti procesa vrednovanja materijalne kulturne baštine u turizmu*, 28 (1), str. 73-100.
4. Nilsson, P. (2018). *Athens Journal of Tourism. Impact of Cultural Heritage on Tourists. The Heritagization Process*, 5 (1), str. 35-54
5. Vrtiprah, V. (2006). *Ekonomska praksa i misao. Kulturni resursi kao činitelj turističke ponude u 21. stoljeću*, 15 (2), str. 279-296
6. Vukonić, B. (2018). *Acta Turistica. Ekonomska teorija i ekonomika turizma*, 30 (special issue), str. 17-63

Znanstveni rad

1. Pančić Kombol, T. (2006) *Radovi Zavoda za znanstveni rad Varaždin. Kulturno naslijeđe i turizam*, 16-17, str. 211-226
2. Petrelli, D. (2013) *Sheffield Hallam University. Integrating material and digital: a new way for cultural heritage*, 20 (4), str. 58-63
3. Ursache, M. (2015) *Procedia - Social and Behavioral Sciences. Tourism – significant driver shaping a destinations heritage*, 188, str. 130-137