

Utjecaj kulturne i prirodne baštine i obilježja kulturnog sektora na razvoj turizma

Vugdelija, Marijana

Master's thesis / Diplomski rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:124:036062>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-10**

Repository / Repozitorij:

[REFST - Repository of Economics faculty in Split](#)



**SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET**

DIPLOMSKI RAD

**Utjecaj kulturne i prirodne baštine i obilježja
kulturnog sektora na razvoj turizma**

Mentor:

Doc. dr. sc. Blanka Škrabić Perić

Student:

Marijana Vugdelija

Split, rujan , 2020.

SADRŽAJ:

1. UVOD	1
1.1 Problem istraživanja	1
1.2 Predmet istraživanja	5
1.3 Hipoteze	6
1.4 Ciljevi istraživanja	8
1.5 Metode istraživanja	9
1.6 Doprinosi istraživanja	10
2. TURIZAM I NJEGOVE DETERMINANTE	11
2.1 Pojam i definicija turizma	11
2.1.1 Turist	12
2.1.2 Turizam iz aspekta potražnje	14
2.1.3 Turizam iz aspekta ponude	17
2.2 Učinci turizma	19
2.3 Determinante turističke potražnje	24
3. UTJECAJ PRIRODNE I KULTURNE BAŠTINE, TE KULTURNOG SEKTORA NA TURIZAM	26
3.1 Kulturna i prirodna baština	26
3.2 Kulturni sektor i njegove karakteristike	30
3.3 Dosadašnja istraživanja utjecaja prirodne i kulturne baštine na turizam	34
3.4 Dosadašnja istraživanja odnosa između razvijenosti kulturnog sektora i turizma	36
4. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE UTJECAJA BAŠTINE I OBILJEŽJA KULTURNOG SEKTORA NA RAZVOJ TURIZMA	39
4.1 Deskriptivna statistika	39
4.1.1 Uzorak, varijable i specifikacije modela	39
4.1.2 Izračun i pojašnjenje deskriptivne statistike	43
4.1.3 Grafički prikazi i korelacijske matrice zavisnih i nezavisnih varijabli	45
4.2 Karakteristike panel analize	57
4.3 Testiranje ekonomskog modela	58
4.4 Analiza rezultata i osvrt na hipoteze	75
5. ZAKLJUČAK	81

LITERATURA.....	83
POPIS TABLICA	93
POPIS GRAFIKONA.....	94
POPIS SLIKA	94
SAŽETAK.....	95
SUMMARY	96

1. UVOD

1.1 Problem istraživanja

Turizam je, prema Grgić (2013), jedna od najmasovnijih, najdinamičnijih i najsloženijih društveno – ekonomskih pojava. Predstavlja jednu od najbrže rastućih grana svjetske ekonomije. Uključuje široki spektar odnosa i pojava koje nastaju za vrijeme turističkog putovanja te u svojoj realizaciji zadire u ekonomske, ekološke, socijalne i kulturne aspekte života.

UNWTO (2019) u svom izvješću govori o turizmu kao pokretačkoj snazi za gospodarski rast kako u zemljama u razvoju tako i u razvijenim zemljama. WTTC (2019) u godišnjem istraživanju naglašava ulogu turizma kako u gospodarskom rastu tako i u stvaranju radnih mjesta. U 2019. godini turizam je generirao 1 od 10 radnih mjesta diljem svijeta te ostvario 10,3% globalnog BDP-a. Stoga, ne čudi što u posljednje vrijeme turizam postaje sve zastupljeniji u znanstvenoj i stručnoj literaturi.

Domaći i strani istraživači u svojim istraživanjima ukazuju na važnost turizma. Primjerice, Vukonić (2018) ističe kako se turizmu počela pridavati pažnja ponajviše zbog gospodarskih učinaka koje generira. Ostvarivanje ekonomske koristi za lokalno stanovništvo najviše je ovisilo o broju turista, pa su se tako i teorija i praksa turizma u počecima najviše fokusirali na statističko praćenje broja turista i ostvarenih noćenja. Tijekom vremena, turizam je postao značajan sektor na globalnoj razini te se ispitivao njegov direktni i indirektni učinak na ukupno gospodarstvo. Rezultati provedenih istraživanja pokazuju višestruke učinke turizma. Najveći broj istraživanja fokusirao se na utjecaj turizma na gospodarski rast (Ivanov, 2007; Sinclair, 1998; Fayissa, 2007; Narayan, 2004)

Ivanov (2007) ističe kako je glavni razlog poticanja turizma od strane države njegov pozitivan utjecaj na gospodarski rast i razvoj. Međutim, Sinclair (1998) tvrdi da turistički sektor osim što uzrokuje visoki rast i povećanje dohotka po glavi stanovnika, utječe i na stvaranje novih radnih mjesta te povećanje državnih i deviznih prihoda.

Fayissa et al. (2007), koristeći panel istraživanje na podacima iz 42 afričke zemlje, kroz razdoblje od 9 godina, dolaze do zaključka da prihodi od turističke industrije znatno utječu na razinu BDP - a, gospodarskog rasta te ulaganja u fizički i ljudski kapital. Štoviše, Narayan (2004) istražujući dugoročni učinak 10% povećanja turističke potrošnje na gospodarstvo Fiji – a zaključuje kako bi ono uzrokovalo rast BDP – a od 0,5%, te porast realne potrošnje od 0,72%. Pokazalo se kako bi rast turističke potrošnje doveo i do rasta tečaja, povećanja domaćih cijena te bi pridonio uravnoteženju platne bilance.

Značajan je i utjecaj turizma na nezaposlenost. Blažević i Vuković (2001), analizirajući europsko tržište rada, dolaze do zaključka da povećanje turističkih aktivnosti dovodi do direktnog stvaranja novih radnih mjesta. Osim direktnog, zamijećen je indirektni učinak turizma koji se ogleda u povećanoj potrebi za radnom snagom u drugim sektorima. S obzirom da je turizam radno-intenzivna djelatnost, koja otvara mnoga radna mjesta s fleksibilnim radnim vremenom, otvara se mogućnost zapošljavanja ljudi svih kvalifikacija, mladih, žena, dugoročno nezaposlenih i etničkih skupina te stvara poslovne prilike u manje razvijenim područjima.

Zbog navedenih pozitivnih učinaka turizma na destinaciju, mnogi radovi usmjereni su na određivanje determinanti turizma, odnosno turističke potražnje. Culiuc (2014) ističe da promjene u turističkim determinantama uzrokuju promjene u turističkim tokovima, kako kroz promjenu broja dolazaka tako i kroz promjenu prosječnog trajanja boravka. Promjene valutnog tečaja značajno utječu na turistička kretanja. Aprecijacija valute emitivne zemlje povećava turizam dok, s druge strane, aprecijacija valute receptivne zemlje uzrokuje manji broj turista te skraćuje njihov boravak. Valja istaknuti kako učinak deviznih tečajeva nije jednak u svim zemljama. U zemljama čiji turizam velikim dijelom počiva na uvoznim inputima, deprecijacija valute vjerojatno neće dovesti do značajnijeg sniženja cijena turističkih dobara, pa stoga neće značajno utjecati na turističku potražnju. Nadalje, značajnim se pokazao gospodarski razvoj zemlje. S gospodarskim razvojem raste uvoz turističkih usluga, odnosno povećava se broj inozemnih putovanja. Pozitivni utjecaj na rast turističkih tokova generiraju i snažne trgovinske veze koje pridonose rastu poslovnih putovanja.

Do sličnih rezultata došli su Kar i Ozcan (2015) istražujući determinante turističke potražnje u Turskoj. Rezultati provedene panel analize potvrđuju da aprecijacija domaće valute, turske lire, u odnosu na valute glavnih turskih emitivnih tržišta smanjuje turističku potražnju za Turskom.

Dakle, relativno povećanje domaće razine cijena u odnosu na stranu razinu cijena dovodi do pada turističke potražnje. Značajnom determinantom pokazala se i razina dohotka po stanovniku ostvarena na emitivnim tržištima. Konkretno, rast BDP - a po stanovniku na emitivnim tržištima za 1% povećava broj turističkih dolazaka u Tursku za više od 1%. Pozitivne učinke na turističku potražnju generira i politička stabilnost koja doprinosi osjećaju sigurnosti.

Škuflić i Štoković (2011) rezultatima panel analize potvrđuju kako porast BDP - a po stanovniku na emitivnim tržištima za 1% dovodi do rasta potražnje za hrvatskim turizmom za 3,3%. Također, rezultati pokazuju cjenovnu elastičnost potražnje od 0,7% što pokazuje kako su turisti u Hrvatskoj veoma osjetljivi na promjene cijena.

Uz ekonomske determinante na turističke tokove utječu drugi faktori. Culiuc (2014) ističe kako turiste privlače destinacije sa sličnom ili toplijom klimom od emitivnih područja. Vremenska razlika ima negativan utjecaj na turističke tokove kao i politička nestabilnost te tekući sukobi. Nadalje, zbog značajnog utjecaja na turističke tokove potrebno je ispitati karakteristike emitivnih tržišta, obilježja njihove populacije te pratiti eventualne promjene. Kao jedno od populacijskih obilježja koje pozitivno utječe na turističku potražnju, Šimundić (2015) ističe porast udjela visokoobrazovanih u ukupnom stanovništvu.

Na temelju pregleda literature iskristalizirale su se najčešće determinante turizma. Možemo ih općenito podijeliti na ekonomske i ne-ekonomske. Ekonomske determinante obuhvaćaju: razinu gospodarske razvijenosti, razinu BDP – a po stanovniku, odnos valutnih tečajeva te odnos cijena receptivnog i emitivnog tržišta. Ne-ekonomske determinante odnose se na: bogatstvo baštine, političku stabilnost, sigurnost destinacije, klimatska obilježja i populacijske karakteristike.

Učestalo je mišljenje da su upravo prirodna i kulturna baština osnova za razvoj turizma. Dujmović (2019) ističe da zemlje bogate prirodnom i kulturnom baštinom “prirodno” privlače turiste, dok zemlje s manjkom navedenih resursa moraju ulagati u marketing i kreiranje atrakcija i događanja u svrhu privlačenja turističkih tokova. Štoviše, prirodna i kulturna baština utječe na proširenje strukture i vremenskog ciklusa ponude. Valorizacija baštine nameće se i kao strategija revitalizacije destinacije nakon faze stagnacije i pada. Vojnović (2012), uz integralno upravljanje kvalitetom i revalorizaciju smještajnih kapaciteta, ističe nužnost jačanja uloga atrakcija, valorizacije manifestacija i povijesnih spomenika te proširenja ponude muzej kao rješenje za stagnaciju i pad turističke potražnje u razdoblju od 2001. do 2010. na području Pule.

Brojni teorijski radovi ističu važnost baštine za razvoj turizma, ali provedeno je jako malo empirijskih radova. Također, teorijska literatura sugerira nužnost ulaganja u prirodnu i kulturnu baštinu kako bi se ostvario dugoročni utjecaj na turizam. Vrtiprah (2006) ističe kako je kulturno nasljeđe ključno za stvaranje autentičnosti, postizanje diferencijacije te samim tim konkurentske prednosti destinacije. Mogućnost transformacije kulturnih vrijednosti u ekonomske putem turizma naglašava Nocca (2017), no važno je istaknuti da sam turistički sektor ne jamči očuvanje i razvoj kulturne baštine. Financijska sredstva ostvarena od turizma potrebno je usmjeriti u očuvanje i regeneraciju kulturne baštine te postizanje sekundarnih pozitivnih učinaka na ukupno gospodarstvo.

U ovom radu fokus istraživanja stavljen je na odnos kulturne i prirodne baštine te kulturnog sektora i turizma. Važnost razvoja kulturnog sektora ogleđa se ponajprije u očuvanju baštine, ali i u njenoj prikladnoj interpretaciji. Stoga, Joshi et al. (2016) naglašavaju kako nije dovoljno samo postojanje i očuvanje prirodnih i kulturnih resursa nego je potrebno stvoriti dodatnu vrijednost, učinkovito oglašavanje i markiranje kako bi se privukao internacionalni interes. Međunarodni sajmovi i izložbe približavaju prirodnu i kulturnu baštinu publici te stvaraju znatiželju i potrebu doživljavanja atrakcije u autentičnom okruženju. Osim za očuvanje, kulturni sektor zadužen je za prezentiranje postojeće baštine kao i za daljnji poticaj kulturnom stvaralaštvu.

Nadalje, Romao et al. (2017) panel analizom regionalne turističke konkurentnosti potvrđuje postojanje prostorne korelacije te učinka prelijevanja. Konkretno rečeno, dinamika turizma u jednoj regiji pozitivno utječe na susjedne regije te generirani pozitivni učinak nadmašuje potencijalno negativne učinke vezane za konkurentnost između destinacija. Rezultati ovog istraživanja sugeriraju kako je turistički razvoj učinkovitije planirati u suradnji s komplementarnim regijama. Sukladno teoriji, za postizanje konkurentnosti i dugoročne održivosti resursa učinkovitijom se pokazala strategija diferencijacije od strategije troškovnog vodstva. Međutim, rezultati kontradiktorni većini teorijskih radova pružaju dodatni argument za provođenje istraživanja u ovom diplomskom radu. Naime, istraživanje je pokazalo da regionalna turistička konkurentnost ovisi o turističkoj potražnji, ulaganjima u turizam i postojanju kulturne baštine. Od navedene tri pozitivne i statistički značajne varijable, kulturna baština pokazuje najmanju značajnost. Štoviše, uočena je negativna korelacija između postojanja prirodne baštine i turističke konkurentnosti.

1.2 Predmet istraživanja

Predmet ovog istraživanja je provođenje panel analize o utjecaju kulturne i prirodne baštine, te odrednica kulturnog sektora na razvoj turizma 27 zemalja članica Europske unije na temelju prikupljenih podataka za razdoblje od 2008. do 2018. godine. Za nezavisne varijable, odnosno pokazatelje prirodne i kulturne baštine, odabrani su broj resursa kulturne baštine uvrštene na UNESCO Popis svjetske kulturne baštine i broj resursa prirodne baštine uvrštene na UNESCO Popis svjetske prirodne baštine. Kao pokazatelji kulturnog sektora odabrana su državna ulaganja u kulturni sektor, broj zaposlenih u kulturnom sektoru i broj posjeta muzejima. Kao zavisne varijable, odnosno indikatori razvijenosti turizma, odabrani su prihodi od međunarodnog turizma, broj noćenja u turističkom smještaju, ukupna turistička potrošnja te broj zaposlenih u turističkom sektoru. Osim varijabli koje su u fokusu istraživanja, u modelu se koriste i kontrolne varijable koje su se u prethodnim istraživanjima pokazale značajnim determinantama razvoja turizma, a to su: BDP po glavi stanovnika, visoko obrazovanje, politička stabilnost i inflacija.

Varijable su odabrane na temelju proučavanja prethodnih znanstvenih istraživanja i njihovih rezultata.

1.3 Hipoteze

Nakon određenog predmeta i problema istraživanja definirane su istraživačke hipoteze.

Su et al. (2019) ističe kako je glavni razlog zaštite baštine razvoj turizma. Kako bi se empirijski ispitaio utjecaj zaštićene baštine na razvoj turističkog sektora, u ovom radu kroz prvu hipotezu istražiti će se utjecaj zaštićene prirodne i kulturne baštine na indikatore razvoja turističkog sektora.

H1: Broj resursa kulturne i prirodne baštine na UNESCO popisu svjetske baštine utječe na razvoj turističkog sektora

Mnogi radovi naglašavaju važnost prirodne kulturne baštine za razvoj turizma.

Richards (2001 i 2005) tvrdi kako je upravo javna dostupnost muzeja, izložbi i drugih kulturnih manifestacija pridonijela jačanju turističkog sektora. Povezanost kulturne baštine i turizma posebno je uočljiva u Europi čija bogata kulturno – povijesna baština privlači turiste još od prvih organiziranih putovanja. Štoviše, u mnogim zemljama uočena je pozitivna povezanost između rasta posjeta kulturnim atrakcijama i rasta turizma. Kulturne atrakcije smatraju se simbolima važnih perioda globalne kulture. U fokusu su mnogih turističkih aktivnosti te predstavljaju osnovu za diferencijaciju i postizanje konkurentnosti destinacije. Zbog toga sve veći broj gradova i regija u Europskoj uniji razvija strategije za promicanje kulturne baštine te se bilježi rast broja kulturnih atrakcija.

Weiler i Seidl (2004) ekonometrijskom procjenom efekta prenamjene nacionalnih spomenika u nacionalne parkove zaključuju da preobrazba naglašava važnost područja, te podiže turistički interes za područje. Promjene provedene na osam područja u SAD rezultirale su rastom broja posjetitelja na godišnjoj razini.

Istražujući odnose između indikatora turizma Joshi et al. (2016) zaključuju kako politike i zakonske regulative koje pogoduju turizmu, obilje prirodnih resursa, bogato kulturno nasljeđe i povoljni zdravstveni i higijenski uvjeti značajnije pridonose rastu prihoda od turizma od prometne infrastrukture, sigurnosti, razvoja turističkih smještajnih kapaciteta i cjenovne konkurentnosti

destinacije. Rezultati istraživanja potvrđuju da zemlje bogate prirodnim i kulturnim atrakcijama generiraju veće prihode od međunarodnog turizma.

S druge strane, Romao et al. (2017), nasuprot teorijama, ipak ne pronalaze empirijske dokaze koji bi potvrdili pozitivan i značajan utjecaj prirodne baštine na turističku konkurentnost dok se pak utjecaj kulturne baštine pokazao manje bitnim od pretpostavljenog.

Nadalje, Nocca (2017) je uvidio potrebu empirijskog dokazivanja valorizacije baštine kao ulaganja, a ne troška. Ističe kako je potrebno razviti sustavni i integrirani pristup očuvanju koji bi omogućio alate za procjenu troškova očuvanja i njihovu usporedbu s koristima od promjena. Stoga, kroz drugu hipotezu istražiti će se povezanost između razvoja kulturnog i razvoja turističkog sektora.

H2: Postoji veza između razvijenosti kulturnog sektora i razvijenosti turističkog sektora

Kroz pregled literature, vidljivo je da prirodna i kulturna baština nije sama po sebi dovoljna za razvoj turizma. Kulturnu i prirodnu baštinu potrebno je prikladno interpretirati i marketinški planirano prezentirati. Stoga su nužna ulaganja kako u očuvanje baštine tako i u obrazovanje stručnih kadrova te razvoj dodatnog sadržaja.

Pančić - Kombol (2006) ističe kako su kulturni resursi latentni dok nisu aktivirani uporabom. Kulturno nasljeđe postaje kulturno - turistički resurs tek nakon konzerviranja i posebnog oblikovanja. Nadalje, kulturni resursi planiranim oblikovanjem i interpretacijom postaju turističke atrakcije te privlače veći broj turista. Vrtiprah (2006) ističe se kako su turistima interesantnije interaktivne atrakcije u kojima turisti nisu samo gledatelji nego i sudionici. Više nije dovoljno samo imati bogato kulturno nasljeđe nego je njime potrebno marketinški upravljati te stvoriti kulturni proizvod. Kulturni proizvod podrazumijeva interpretaciju prošlosti, te pružanje doživljaja znamenitosti.

Pravilna interpretacija zahtjeva usklađenost rada stručnjaka iz kulturnog kao i turističkog sektora. Analizom sekundarnih podataka, Richards (2000) zaključuje kako upravo zaposlenici kulturnog sektora imaju ključnu ulogu u pretvorbi kulturnog u turističko dobro.

Nadalje, porast broja turističkih atrakcija pridonosi porastu njihove međusobne konkurentnosti. Richards (2005) ističe kako otvaranje kulture širem tržištu dovodi i do uspostave novih procjenitelja uspješnosti kulturnih institucija. Ulaganja u kulturnu baštinu sve više se moraju opravdavati u kvantitativnom smislu. Broj posjetitelja ili ostvareni prihodi postaju važni indikatori uspješnosti. S obzirom da institucije koje se financiraju iz javnog sektora moraju pokazati učinkovitost subvencija, privlačenje većeg broja turista postaje važno sredstvo poboljšanja performansi atrakcije.

S obzirom da razvoj marketinga, oplemenjivanje baštine, stvaranje dodatnog sadržaja te samim time i obogaćivanje turističke ponude iziskuje financijska sredstva i stručni kadar zaposlenika potrebno je ispitati učinkovitost državnih ulaganja u kulturni sektor. Učinkovitost ulaganja u ovom slučaju reprezentirat će se brojem muzejskih posjetitelja.

1.4 Ciljevi istraživanja

Nakon definiranja problema, predmeta i hipoteza koje će se kroz rad dokazivati, definiraju se ciljevi istraživanja.

Temeljni cilj ovog istraživanja je utvrditi teorijsku i empirijsku povezanost postojanja i očuvanja kulturne i prirodne baštine s razvojem turizma. Nadalje, istraživanjem će se ispitati isplativost državnih ulaganja u kulturni sektor, odnosno doprinos navedenih ulaganja razvoju kulturnog i turističkog sektora.

Rezultati istraživanja doprinjet će boljem razumijevanju značaja kulturne i prirodne baštine i važnosti njene održive uporabe.

1.5 Metode istraživanja

Rad se sastoji od teorijskog i empirijskog djela te će se unutar njih koristiti različite metode istraživanja. Što se tiče teorijskog djela, u njemu će se koristiti opće znanstvene metode prihvaćene za istraživačke radove: metoda indukcije i dedukcije, metoda analize i sinteze, metoda dokazivanja, metoda generaliziranja i metoda komparacije.

Empirijski dio istraživanja obuhvatiti će sekundarne podatke prikupljene iz više relevantnih izvora. U cilju prihvaćanja ili odbacivanja definiranih istraživačkih hipoteza, podatci će se analizirati statističkim i matematičkim metodama. Istraživanje obuhvaća 27 zemalja kroz razdoblje od 2008. do 2018. godine, što znači da je obuhvaćena i prostorna i vremenska komponenta varijabli. Podatke koji istodobno obuhvaćaju vremensku i prostornu komponentu neke varijable nazivamo panel podacima. Nužno je da su panel podatci homogeni, odnosno da jedinice promatranja imaju zajednička svojstva. Zajedničko svojstvo odabranim zemljama članstvo je u Europskoj uniji. Sukladno navedenom, empirijski dio istraživanja provesti će se panel analizom. Procjene dobivene panel analizom su preciznije jer se zavisna varijabla mijenja i po jedinicama promatranja i po vremenu. Pristranost parametara koja se pojavljuje zbog nedostatka podataka značajno je smanjena primjenom panel podataka. Također, primjena panel podataka smanjuje problem multikolinearnosti, te omogućava mjerenje različitosti unutar jedinica promatranja. Panel podaci su manje osjetljivi na netipične vrijednosti, te omogućavaju definiranje i testiranje kompliciranih ekonometrijskih modela. Za izračun će se upotrijebiti softverski program Stata i alat MS Excel.

1.6 Doprinosi istraživanja

U ovom istraživanju pokušat će se empirijski dokazati utjecaj razvoja kulturnog sektora na razvoj turizma. Doprinos ovog istraživanja radovima koji se bave analizom utjecaja kulturne i prirodne baštine na turizam ogleda se u kvantifikaciji utjecaja kulturne i prirodne baštine, te kulturnog sektora na razvoj turizma. S obzirom da je većina radova koji se bave ovom problematikom usmjerena na teorijska istraživanja postoji izražena potreba stvaranja empirijskih dokaza.

Istraživanjima koja su do sada provedena, za analizu utjecaja kulturne i prirodne baštine na turizam, koristile su se studije slučaja koje su uglavnom obuhvaćale ograničeno područje pojedine turističke regije ili kulturnog lokaliteta. Nadalje, ulaganja u kulturu analizirala su se najvećim dijelom prateći broj otvorenih muzeja, broj njihovih posjetitelja i generirane sociološke utjecaje na društvo.

Obuhvaćajući 27 Europskih zemalja i uključujući dodatne determinante kulture i turizma, ovo istraživanje pruža širu sliku europske kulturne i prirodne baštine i njenih potencijala.

Dobiveni rezultati doprinjet će razumijevanju i evaluaciji kulturne i prirodne baštine i njenog utjecaja na turistički sektor. Rezultati ovog istraživanja pomoć će pri planiranju daljnjih smjernica razvoja kako kulturnog tako i turističkog sektora.

2. TURIZAM I NJEGOVE DETERMINANTE

2.1 Pojam i definicija turizma

Jagić (2005) tvrdi da je čovjek uvijek putovao, premda su se motivi putovanja kroz vrijeme mijenjali. Osim motiva putovanja promijenila se i njihova učestalost, rasprostranjenost i raznovrsnost. Turistička putovanja obilježje su vremena u kojem živimo, a turizam je prerastao u društveni fenomen.

Turizam možemo promatrati na različite načine, te ga definirati s različitih stajališta. Mnogi turizam povezuju s ugodnim provođenjem slobodnog vremena, rekreacijom, uživanjem i zabavom. Drugima je turizam način upoznavanja različitih kultura, razvoj međukulturalnog razumijevanja, prilika za učenje i usavršavanje. Trećima je pak turizam važna gospodarska grana, prilika za zaposlenje i profesionalno usavršavanje. Petrić (2007) turizam u najširem značenju riječi definira kao „skup raznolikih individualnih iskustava o odnosima koji nastaju povodom zadovoljavanja čovjekovih potreba, koje uobičajamo zvati turističkim“.

UN (2008) razlikuje turizam s aspekta ponude i s aspekta potražnje. S aspekta ponude turizam se shvaća kao skup produktivnih aktivnosti koje uglavnom služe posjetiteljima. S aspekta potražnje turizam se odnosi na aktivnosti posjetitelja i njihovu ulogu pri stjecanju dobara i usluga.

Vanhove (2005), dijeli definicije turizma na dvije skupine: konceptualne i tehničke. Konceptualne definicije su deskriptivnog karaktera, te njihovo definiranje ovisi o aspektu iz kojih ih se definira. Tehničke definicije, s druge strane, nastoje omogućiti prikupljanje i uspoređivanje kvantitativnih podataka, te stvaranje statističkih standarda.

Candela i Figini (2012) ističu važnost definiranja pojmova turizam i turist u svrhu razlikovanja turističkih i njima sličnih aktivnosti, kao i zbog prikupljanja statističkih podataka u svrhu mjerenja učinaka turizma. Definicije navedenih pojmova pronalazimo kod brojnih autora iz različitih područja istraživanja (Candela i Figini, 2012; Petrić, 2007; Vanhove, 2005).

2.1.1 Turist

Riječ turist prvi put se javlja u Engleskoj 1910. godine. Candela i Figini (2012) navode kako je upotrebljena je pri definiranju pojma turizam od strane Hermana Von Schullard gdje je zamijenila riječ stranac.

Cooper et al. (2005) ističu kako u praksi turisti predstavljaju heterogenu skupinu s različitim osobnostima, demografskim karakteristikama i iskustvima. Zbog kompleksnosti samog turizma, ali i turista kao skupine tijekom vremena znanstvenici iz raznih područja iznosili su svoje definicije pojma turist (Candela i Figini, 2012; Cooper et al.,2005; Leiper, 1979.).

Prvu precizniju definiciju turista, kako navode Candela i Figini (2012) donijela je Liga naroda 1937. godine: „ turist je osoba koja provodi vremensko razdoblje od najmanje 24 sata u zemlji različitoj od one u kojoj živi“. Nedostatak navedene definicije ogleda se u zanemarivanju motivacije putovanja. Motivacija putovanja uključena je u definiranje pojma posjetitelja od strane Union of Official Travel Organisation (danas UNWTO). Kako je navedeno u Candela i Figini (2012) International Union of Official Travel Organisation, današnji UNWTO, 1968. godine definira posjetitelj kao osobu koja putuje u zemlju različitu od one u kojoj boravi, iz bilo kojeg razloga osim plaćenog posla“. Definicija turista od strane Lige naroda važna je zbog naglašavanja minimalne duljine boravka, dok pak definicija iz 1968. razliku čini uvođenjem pojma posjetitelj. Posjetiteljem se može nazvati svatko tko boravi na odredištu manje od 24 sata, dok se pak turistom naziva osoba koja boravi više od 24 sata. Preciznije rečeno svaki posjetitelj koji prenoći smatra se turistom.

Leipera (1979) izdvaja karakteristike turista kako bi formulirao definiciju koja je primjenjiva kako u međunarodnom tako i u domaćem kontekstu. Ističe da turist, sa svoje četiri karakteristike, predstavlja ljudski element turističkog sustava. Prva karakteristika turista je boravak izvan uobičajenog mjesta boravka minimalno jednu noć, po čemu se i razlikuje od takozvanih dnevnih putnika. Druga karakteristika ističe kako se aktivnosti turista razlikuju se od njegovih svakodnevnih aktivnosti. Razlika u korištenju vremena i novčanih sredstava najuočljivija je kod putovanja u svrhu odmora, te kod nekih oblika poslovnih putovanja (misije, konferencije, sastanci izvan svakodnevnih aktivnosti zaposlenika).

Trećom karakteristikom ističe se kako turisti ne putuju u cilju ostvarivanja zarade, te se prema tome razlikuju od osoba koje putuju s ciljem ostvarivanja zarade ili zaposlenja. Međutim, treća karakteristika ne isključuje poslovna putovanja na kojima turist – odnosno poslovni putnik ostvaruje zaradu na temelju svog redovnog zaposlenja kod uobičajenog poslodavca. Prema četvrtoj karakteristici turist realizira kružne ture. Odnosno, turist privremeno napušta mjesto prebivališta, te se na koncu u njega vraća što ga razlikuje od emigranata. Sukladno navedenim karakteristikama Leiper (1979) definira turista kao osobu koja realizira privremenu turu, različitu od njegovih uobičajenih aktivnosti, u koju je uključeno najmanje jedno noćenje izvan uobičajenog mjesta boravka, te joj primarna svrha nije ostvarivanje ekonomske koristi.

U novijoj literaturi pronalazimo definiciju Candela i Figini (2012) koji turista definiraju kao „pojedinaac koji zbog odmora ili drugih svrha privremeno napušta boravište kako bi se udomaćio u destinaciji, te time aktivira ekonomske učinke vrijedne istraživanja“.

UNWTO u IRTS (2008) iznosi preporuke definiranja pojmova posjetitelj i turist. Posjetitelj se definira kao:“ putnik koji putuje na glavno odredište izvan svog uobičajenog okruženja, na manje od godinu dana, u bilo koje svrhe osim zaposlenja u zemlji ili mjestu kojeg posjećuje.“ Posjetitelj se klasificira kao turist ako njegova putovanja uključuju noćenje. Ukoliko putovanje ne uključuje noćenje, posjetitelj se klasificira kao izletnik.

2.1.2 Turizam iz aspekta potražnje

S aspekta potražnje turizam promatramo kroz aktivnosti posjetitelja i njihovu ulogu pri stjecanju dobara i usluga. Iako se turizam ranije počeo definirati iz aspekta potražnje nego iz aspekta ponude, zajedničko obilježje obje strane, postojanje je konceptualnih i tehničkih definicija.

Konceptualne definicije turizma (Hunziker i Krapf, 1942; Burkat i Medlik, 1974; Goldner i Richie , 2009.) vremenom su se mijenjale i usavršavale.

Kao jednu od najstarijih konceptualnih definicija turizma, Vanhove (2005) navodi definiciju Hunziker i Krapf (1942) koji definiraju turizam kao „skup odnosa i pojava koji proizlaze iz putovanja i boravka nerezidenata, ukoliko boravak ne vodi stalnom preseljenju i nije povezan s trajnim ili privremenim ostvarivanjem zarade“. Usprkos prihvaćanju od strane AIEST - e (Association Internationale d'Experts Scientifiques du Tourisme) definicija je imala određene propuste. Primjerice, boravak u bolnici mogao se kategorizirati kao turizam, dok su se poslovna putovanja isključivala zbog povezanosti s ostvarivanjem zarade. Također, domaći turizam se u potpunosti isključio s obzirom da su se nerezidenti definirali kao stranci. Propusti su se pokušali ispraviti na AIEST godišnjem kongresu u Crdifu 1981. donošenjem nove definicije prema kojoj je turizam: „suma međusobnih veza i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka ljudi na mjestima koja nisu niti njihovo stalno prebivalište niti radno mjesto, bilo u slobodno vrijeme, bilo u kontekstu poslovnih aktivnosti ili studija“.

Nadalje, kako je navedeno u Vanhove (2005), Burkat i Medlik (1974) definirali su pet konceptualnih karakteristika turizma koje su i danas primjenjive. Da bi se neka pojava mogla definirati kao turizam ona mora zadovoljavati sljedeće kriterije:

- a) Biti skup odnosa.
- b) Odnosi proizlaze iz kretnje prema raznim destinacijama i boravka u njima.
- c) Putovanje i boravak se odvijaju izvan uobičajenog okruženja (mjesta života i rada), stoga turizam uzrokuje rast aktivnosti koje su različite od aktivnosti stanovnika i radnika u mjestima kroz koja se putuje, te u destinaciji.
- d) Putovanje i posjeta destinacije je kratkoročna.
- e) Posjet destinaciji se ne ostvaruju zbog obavljanja plaćenog posla ili zaposlenja.

Na temelju razrađenih karakteristika nastala je i nova konceptualna definicija koju je 1979. prihvatilo British Tourism Society: „turizam podrazumijeva sve aktivnosti koje se odnose na privremeni, kratkoročni prelazak ljudi na odredišta izvan mjesta u kojima normalno žive i rade, te njihove aktivnosti za vrijeme boravka u odredištu.“

Noviju konceptualnu definiciju iznose Goldner i Richie (2009.) definirajući turizam kao procese, aktivnosti i ishode koji proizlaze iz odnosa i interakcija turista, turističkih dobavljača, države, lokalne zajednice i ukupnog okruženja koje je uključeno u privlačenje i boravak posjetitelja.

Premda konceptualne definicije nastoje odrediti bit i obuhvat turizma, one ne omogućavaju njegovo mjerenje, odnosno prikupljanje i uspoređivanje kvantitativnih podataka, niti uspostavu statističkih standarda. Stoga su se razvile tehničke definicije.

Prema navedenom u Vanhove (2005), Burkart i Medlik (1974) ističu kako tehnička definicija turizma mora:

- a) Odrediti koje kategorije putovanja se smatraju turizmom, a koje ne.
- b) Definirati vremenski period, odnosno trajanje boravka izvan doma (minimalno i maksimalno trajanje).
- c) Razlikovati posebne situacije primjerice tranzitni promet.

Petrić (2007) ističe kako je pri tehničkom definiranju turizma s aspekta potražnje posebno značajna konferencija statističara u Ottavi 1991. Na navedenoj konferenciji domaći turizam i posjetitelji konačno su smješteni u sustav definicija.

Tribe (2009) kao konačnu tehnička definiciju turizma s aspekta potražnje navodi UNWTO definiciju koja glasi: „ Turizam obuhvaća aktivnosti osobe koja putuje i boravi na mjestima izvan uobičajenog okruženja ne više od jedne godine, zbog odmora, poslovnih razloga i drugih razloga koji nisu povezane s obavljanjem plaćene djelatnosti unutar mjesta koje posjećuju“. Donesena je na konferenciji u Vancouveru 2001., te kao ključni element ističe definiranje pojma uobičajenog okruženje.

Pod uobičajenim okruženjem UNWTO (2008) smatra područje u neposrednoj blizini radnog mjesta ili mjesta studiranja i drugih mjesta koje osoba često posjećuje. Vanhove (2005) ističe da uobičajeno okruženje uključuje nekoliko dimenzija:

- a) Učestalost – mjesta koja se često posjećuju, te su uključena u uobičajenu rutinu
- b) Udaljenost – mjesta u blizini boravišta osobe, čak i ako se rijetko posjećuju
- c) Vrijeme putovanja – vrijeme potrebno do odredišta i natrag
- d) Definiranje mjesta obavljanja svakodnevnih poslova – kupovine, studiranja, rada.

Konsenzus postignut na navedenoj konferenciji vodio je prema uspostavi turističke satelitske bilance.

2.1.3 Turizam iz aspekta ponude

Složenost turističkog proizvoda i turističkog sektora uzrokovalo je kasnije definiranje turizma sa strane ponude u odnosu na definiranja sa strane potražnje. Temeljno pitanje glasi: je li turizam industrija?

Prema Vanhove (2005) industriju ili gospodarski sektor općenito tvore poduzeća koja proizvode iste proizvode ili pružaju iste usluge, proizvode ili pružaju istu skupinu usluga ili im se pak proizvodi temelje na istim sirovinama. Turist pri svom putovanju kupuje razne proizvode i usluge: prijevoz, smještaj, hrana i piće, zabavne usluge, suvenire i slično. Odnosno, kupuje proizvode poduzeća koja nisu u istoj skupini proizvodnih aktivnosti, pa se samim tim i turizam ne klasificira zasebno u sustavu nacionalnih računa. Nadalje, turistički proizvod je izrazito raznolik, odnosno sastoji se od kombinacije proizvoda i usluga različitih gospodarskih djelatnosti. U užem smislu turistički proizvod sastoji se od svega što turist kupuje. Međutim, osim proizvoda i usluga koji se kupuju, turist stvara i određene osjećaje i iskustva koja se uključuju u turistički proizvod.

Prema navođenju Candela i Figini (2012), u cilju boljeg razumijevanja složenog turističkog sustava i proizvoda Leiper (1990) razvija jedan od najjednostavniji i najpopularnijih modela turizma. Prema Leiperovom modelu turizam se definira kao sistem sastavljen od 3 ključna elementa: turista, prostora i industrije putovanja i turizma. Element turista prethodno je prikazan u poglavlju 2.1.1. Prostor je podijeljen na tri geografske regije: regija generiranja putovanja (emitivno turističko tržište na kojem se stimulira motivacija za putovanje), destinacija (generira najviše ekonomskih učinaka od turističke aktivnosti) i tranzitna ruta (uključuje putovanje kroz prostor i vrijeme do destinacije i lokacije koje se usputno mogu posjetiti). Industrija putovanja i turizma promatra se kao sustav poduzetničkih i organizacijskih aktivnosti koje su uključene u proizvodnju turističkih usluga (smještaj, prijevoz, zabavne usluge). Leiperov model pomaže pri razumijevanju sume elemenata i organizacija uključenih u stvaranje turističkog iskustva. Koncept promatranja turizma kao sustava u kojem svi elementi međusobno komuniciraju značajno je utjecao na njegovo daljnje poimanje.

Premda iz aspekta ponude turizam ne možemo definirati kao zasebnu industriju vremenom su se, kao i iz aspekta potražnje, razvile njegove konceptualne i tehničke definicije.

Iz aspekta ponude Leiper (1979) definira turističku industriju kao „skup svih poduzeća, organizacija i objekata koji su namijenjeni zadovoljenju specifičnih potreba i želja turista“. Turistička industrija se sastoji od sektora: marketinga, prijevoznika, smještaja, atrakcija i raznih usluga i regulacija. Svaki sektor je specijaliziran za drugu vrstu usluge turistima, te su međusobno funkcionalno povezani.

Nadalje, Smith (1988) iz aspekta ponude definira turizam kao „skup svih poduzeća koja izravno pružaju robu ili usluge u svrhu omogućavanja poslovanja, uživanja i aktivnosti u slobodno vrijeme, izvan domaćeg okruženja. Iz definicije možemo uočiti da se turizam definira kao agregat svih maloprodajnih poduzeća koja proizvode robu za putnike. Također, napravljena je razlika između poduzeća koja uslužuju direktno turiste i onih koji uslužuju i turiste i lokalne rezidente. S tim je istaknuto da komponente turističkog proizvoda pripadaju različitim sektorima nacionalnih računa, pa je samim tim teže izmjeriti stvarni značaj turizma.

Sukladno navedenom, stvorila se potreba za daljnjim tehničkim definiranjem turizma.

Prema UN (2008), UNWTO međunarodna konferencija u Ottawi 1991. objedinjuje i usklađiva dotadašnje radove o turističkoj statistici, te predstavlja niz tehničkih definicija o domaćem i međunarodnom turizmu, te klasifikaciji turističkih proizvodnih aktivnosti. Istaknuta je potreba za uspostavom sustava turističkih informacija dublje integriranih u sustav nacionalnih računa. Postignuti konsenzus rezultirao je uspostavom turističke satelitske bilance (TSA – Tourism Satellit Account). Frechtling (2010) definira TSA kao popularnu metodu mjerenja izravnih doprinosa turističke potrošnje nacionalnom gospodarstvu. Štoviše, prema UN (2008) TSA je postala međunarodno prihvaćeni tehnički pristup definiranja turističkog sektora s aspekta ponude. TSA omogućava detaljno analiziranje svih aspekata potražnje za dobrima i uslugama povezanima s aktivnostima posjetitelja, procjenu veličine turističkog sektora na temelju mjerenja vrijednosti dobara i usluga kupljenih od strane posjetitelja, te usporedbu turističkog s drugim sektorima gospodarstva.

2.2 Učinci turizma

Pojava i razvoj turizma značajno utječe na gospodarske prilike destinacije, njen fizički okoliš kao i na život samog stanovništva. Petrić (2007) ističe kako se turizmu pripisuju mnoge funkcije: multiplikatorska, akceleratora, konverzijska, zapošljavanja, poticanja međunarodne razmjene dobara, apsorpcijska, uravnoteženja platne bilance, razvoja gospodarski nedovoljno razvijenih područja. Među navedenim funkcijama posebno su značajne multiplikatorska i konverzijska. Konverzijska funkcija omogućava da se posredstvom turizma mnoga dobra, posebno prirodna, koja nemaju proizvodni karakter pretvore u ekonomska dobra, odnosno da proizvode dohodak. Multiplikatorska funkcija ogleda se u činjenici da svaka ostvarena novčana jedinica turističke potrošnje, prolaskom kroz privredu vodi do višestrukog rasta dohotka od turizma. Multiplikatorska funkcija turizma značajna je pri ostvarivanju ekonomskih učinaka turizma.

Ennew (2003) ističe kako su upravo ekonomske koristi vjerojatno glavni razlog interesa zemalja za razvoj turizma. Slično stajalište iznosi i Ivanov (2007) prema kojem vlade podržavaju i promoviraju turizam zbog njegovog pozitivnog utjecaja na gospodarski rast i razvoj.

Ekonomske učinci turizma predmet su mnogih istraživanja, te se dijele na izravne, neizravne i inducirane (Ennew, 2003; Vellas, 2011; Stynes; 1997). Zbroj neizravnih i induciranih učinaka naziva se sekundarnim učincima turizma.

Prema Ennewu (2003) izravni učinci turizma proizlaze iz rashoda turista koji direktno doprinose prihodima tvrtki (putem kupovine roba i usluga), kućanstvima (plaće ostvarene putem zaposlenja vezanog za turizam), zaposlenosti i državnim prihodima (porezi i naknade). Stynes (1997) ističe kako su izravni učinci turizma najuočljiviji u sektoru: hotelijerstva, ugostiteljstva, prijevoza, zabave i trgovine na malo. Međutim, Ennew (2003) upozorava da postoji opasnost od „gubljenja „ novca u sustavu. Do gubljenja novca dolazi zbog trošenja turističkih prihoda na uvoznu robu (hrana i piće, inozemni radnici, opremanje smještaja uvoznim namještajem...).

Nadalje, Vellas (2011) pojašnjava da neizravni učinci turizma proizlaze iz intermedijarne potrošnje za proizvodnju dobara i usluga u turističkom sektoru. Neizravni učinci turizma posebno su uočljivi u poljoprivredno - prehrambenoj industriji i industriji zračnog prometa. Posebno su važni za proizvodnju lokalnih proizvoda.

Tvrtke koje direktno prodaju proizvode turistima treba poticati da nabavljaju lokalne inpute kako bi se maksimizirao ukupni ekonomski učinak prihoda od turizma u gospodarstvu. Neizravni ekonomski učinci važan su pokretač gospodarskog rasta.

Uz izravne i neizravne, turizam generira i inducirane učinke. Prema Vellas (2011) inducirani učinci odnose se na izdatke iz plaća zaposlenika, koje plaćaju tvrtke u izravnom kontaktu s turistima. Također u inducirane učinke ubrajamo i potrošnju poduzeća koja su direktno ili indirektno profitirala od početnih troškova u turističkom sektoru. Primjer induciranih učinaka bila bi potrošnja ljudi zaposlenih u hotelu na kupovinu robe široke potrošnje (hrana, odjeća, elektronička roba...).

Ennew (2003) ostvarivanje ukupnih ekonomskih učinaka prezentira na sljedeći način:

- Rashodi turista donose prihod tvrtkama i kućanstvima, pridonose zaposlenosti i prihodima od oporezivanja, ostvarujući tako izravne učinke turizma.
- Početni dohodak kućanstava, državnih i lokalnih tvrtki troši se na aktivnosti potrebne za pružanje proizvoda i usluga koje kupuju turisti, ostvarujući tako neizravne učinke.
- Dio prihoda vlade, kućanstva i poduzeća troše na robe i usluge koje nisu povezane s ponudom turističkih proizvoda, ostvarujući tako inducirane učinke.

Ukupni ekonomski učinak turizma zbroj je izravnih, neizravnih i induciranih učinaka.

Uzimajući u obzir ekonomske učinke turizma, Sinclair (1998) ističe pozitivne doprinose turizma razvoju. Pozitivni doprinosi ogledaju se u pružanju valute za ublažavanje deviznog jaza i financiranja uvoza kapitalnih dobara, povećanju broja radnih mjesta na puno i skraćeno radno vrijeme, rast BDP – a, rast osobnih primanja, te osiguranje poreznih prihoda vladama. Ennew (2003) osim pozitivnog utjecaja turizma na gospodarski rast i razvoj u cjelini ističe i pozitivni utjecaj turizma na regionalni razvoj. Turizam predstavlja priliku za ostvarenje prihoda i smanjenje migracija u regijama bez velikih urbanih centara. Također, turizam može potaknuti poduzetništvo i razvoj malih poduzeća. Stynes ističe i nekoliko ekonomskih učinaka koji često nisu obuhvaćeni procjenama ekonomskih učinaka turizma. Turizam utječe na promjene cijena što se ponajprije ogleda u povećanju troškova stanovanja i maloprodajnih cijena u turističkim područjima. Navedene promjene su najčešće sezonskog karaktera. Nadalje, uočavaju se promjene u kvaliteti i količini dobara i usluga.

Turizam može dovesti do šire ponude niza roba i usluga koje mogu biti više ili niže kvalitete u odnosu na ponudu prije razvoja turizma. Promjene u imovinskim i drugim porezima, također mogu biti pozitivne i negativne. Porezi koji se izravno ili neizravno prikupljaju od turista mogu pridonijeti smanjenju lokalnih poreza primjerice za škole ili ceste. S druge strane, lokalni porezi mogu rasti kako bi se prikupio novac za pokrivanje dodatnih troškova izgradnje potrebne infrastrukture.

Važno je napomenuti kako za maksimalno ostvarivanje pozitivnih ekonomskih učinaka turizam mora počivati na domaćoj proizvodnji, odnosno nabavi lokalnih inputa. U suprotnom dio novca se gubi iz gospodarstva, te otpada na uvoz. Štoviše, Ennew (2003) naglašava da u slučaju velike uvozne ovisnosti turizma postoji rizik od premještanja lokalne proizvodnje i ugrožavanja njenog razvoja. Navedena situacija postaje izvjesna ako demonstrativni efekt rezultira kopiranjem turista od strane lokalnog stanovništva, čime se povećava i njihova konzumacija uvezenih dobara i usluga.

Osim ekonomskih turizam generira značajne okolišne i socijalne učinke.

Što se tiče učinka turizma na okoliš, mišljenja znanstvenika mogu se svrstati u dvije suprotne skupine: prvu koja tvrdi da je utjecaj turizma koristan i drugu koja ističe njegov štetan utjecaj. Pri razmatranju okolišnih učinaka turizma važna je prethodno objašnjena konverzijska funkcija turizma. Naime, Cohen (1978) ističe kako je netaknuta priroda sve rjeđa u industrijaliziranim zemljama, čiji si građani mogu priuštiti putovanja. S obzirom da građane industrijaliziranih zemalja privlače zemlje i regije s netaknutom prirodom i ostatcima drevnih civilizacija, pruža se prilika upravo takvim regijama da prirodne krajolike i povijesna mjesta pretvore u ekonomska dobra.

Waters (1996), Alexander (1953) i Greenwood (1972.) ističu ulogu turizma u omogućavanju ekonomskih sredstava za zaštitu okoliša, povijesnih lokaliteta i tradicionalnih običaja. Nadalje, uočava se da turizam potiče renovaciju i očuvanja. Štoviše, primijećeno je buđenje lokalnog ponosa s razvojem turizma, te pretvaranje jedinstvena obilježja okoliša u prepoznatljiva obilježja destinacije.

S druge strane, Cohen (1978), Clare (1971) i Jones (1972) ističu štetne učinke turizma na okoliš, takozvane nuspojave turističkog razvoja. Razvoj turizma zahtjeva razvoj fizičke infrastrukture: hoteli, restorani, ceste, trgovački i zabavni sadržaji, što neizbježno vodi do transformacije okoliša.

Prema Cohen (1978) transformacija dovodi do gubitka prirodne netaknutosti i privlačnosti, jer se lokacije adaptiraju kako bi mogle prihvatiti velik broj turista, odnosno pretvaraju se u turističke znamenitosti. Pesimističniju sliku, kako navodi Cohen (1978), iznosi Clare (1971) tvrdeći da velika i nepovratna okolišna šteta nastaje gradnjom turističkih objekata na najatraktivnijim lokacijama, razvojem turističke infrastrukture i vandalizmom od strane samih posjetitelja. Nadalje, navodi Cohen (1978), Jones (1972) turistički razvoj naziva samo – destruktivnim, ističući tako paradoks koji se ogleda u turističkoj devastaciji prirodnog krajolika koji je ujedno i razlog njegovog razvoja.

Uzimajući u obzir obje skupine znanstvenika, Cohen (1978) napominje kako mišljenja ni jedne skupine nisu u potpunosti prihvatljiva. Obje skupine imaju valjane argumente, te se može zaključiti kako svaki argument može biti valjan pod određenim skupom uvjeta. Međutim, potrebno je definirati faktore koji reguliraju utjecaj turizma na okoliš. Neki od faktora su: broj turističkih posjeta, duljina boravka, aktivnosti turista, te ponuda sadržaja. Zaključno može se reći da potreba za turističkom infrastrukturom raste eksponencijalnom brzinom s porastom broja turista.

Socijalni odnosno društveni utjecaj turizma usko je povezan s opsegom njegovih ekonomskih i prirodnih utjecaja. Butler (1974) socijalni utjecaj turizma dijeli na tri generalizirana područja:

1. Resurse koji koriste lokalni stanovnici.
2. Ekonomsku dobrobit lokalnog stanovništva.
3. Životni stil lokalnog stanovništva.

Razvojem turizma dolazi do dijeljenja resursa lokalnog stanovništva s turistima. Ovakva situacija ponekad uzrokuje negodovanje, posebno od strane stanovništva koje ne ostvaruje izravnu korist od turizma. Dodatnu ljutnju uzrokuje potpuno uskraćivanje resursa lokalnom stanovništvu putem raznih koncesija primjerice na određene plaže.

Nadalje, inflacija cijena često je rezultat povećanih turističkih dolazaka, koji uzrokuju povećanu potražnju za robom i uslugama. Povećana potražnja može dovesti do nedostatka određenih roba, primjerice ponude svježe hrane. Uz to, povećana ponuda usluga za posjetitelje može voditi do povećanja poreza na imovinu i promet, što se negativno odražava na lokalno stanovništvo. Značajan utjecaj na ekonomsko blagostanje lokalnog stanovništva ima stvaranje radnih mjesta u turističkoj industriji.

Međutim, problem nastaje ako radna mjesta zahtijevaju kvalifikacije koje lokalno stanovništvo ne posjeduje, te se zapošljavaju radnici van lokalne zajednice, obično na višim i bolje plaćenim pozicijama.

Utjecaj turizma na životni stil najteže je mjerljiv aspekt socijalnog utjecaja turizma. Utjecaj je uočljiviji što je razlika između lokalnog stanovništva i turista veća. Kao pozitivni utjecaj ističe se poboljšanje zdravstvene, vatrogasne i policijske zaštite, dostupnost rekreacijskih sadržaja i prijevoznih usluga. Negativni utjecaj ogleda se u tendenciji turista da lokalno stanovništvo tretiraju kao eksponate u živom muzeju. Tradicija i kultura privlače turiste te su svojevrsne atrakcije, međutim njihovo iskorištavanje u turističke svrhe ne bi smjelo ugrožavati lokalno dostojanstvo i ponos.

2.3 Determinante turističke potražnje

Turistička potražnja pokretač je turističkog sustava, te se na njoj baziraju i razvijaju svi poslovi vezani s turizmom. Kao i sam turizam, turistička potražnja kompleksna je pojava na koju utječu mnogi faktori, od gospodarskih prilika pa sve do osobnih karakteristika turista. Song i Witt (2011) turističku potražnju definiraju kao „količina turističkih proizvoda koju su turisti voljni kupiti u definiranom periodu i pod određenim setom okolnost“.

Dawyer i Forsyth (2006) ističu kako su visoke stopa rasta prihoda u razvijenim i novoindustrijaliziranim zemljama, kraće radno vrijeme i znatno smanjenje troškova prijevoza između zemalja doveli do ekspanzije međunarodnog turizma. Štoviše pojavio se interes za čimbenicima koji utječu na usmjeravanje turističkih tokova prema određenoj destinaciji, te reaktivnost turističke potražnje u odnosu na njih.

Zaista, mnogi radovi usmjereni su kako na teorijsko tako i na empirijsko istraživanje determinanti turističke potražnje (Sauran, 1978; Song i Witt, 2011; Crouch, 1994; Dawyer i Forsyth, 2006; Martins et al., 2017.).

Većina radova razmatra utjecaj makroekonomskih varijabli kao važnih odrednica turističke potražnje. Najčešće se istražuje utjecaj: dohotka, distribucije dohotka, BDP – po stanovniku, valutnog tečaja, relativnih cijena i troškova prijevoza.

Martinas et al. (2017) u cilju ispitivanja makroekonomskih odrednica turističke potražnje, provode panel analizu na temelju podataka iz 218 zemalja u razdoblju od 1995. do 2012. godine. Turistička potražnja mjerena je brojem turističkih dolazaka i generiranom turističkom potrošnjom. Kao makroekonomske odrednice odabran je nominalni tečaj, relativne cijene, te svjetski BDP po stanovniku. Istraživanje je pokazalo da porast svjetskog BDP- a po stanovniku, deprecijacija nacionalne valute i pad relativnih domaćih cijena utječu na porast broja turističkih dolazaka i vode rastu turističke potrošnje. Uz to, utvrđena je veća značajnost svjetskog BDP-a po stanovniku za broj turističkih dolazaka, dok pak relativne cijene značajnije utječe na turističku potrošnju.

Slično mišljenje iznosi i Chrouch (1994) koji uzimajući u obzir procjene elastičnosti potražnje zaključuje kako je turizam luksuzno dobro, za čiju je potražnju dohodak najvažnija determinanta. Štoviše, Davies (1968) ističe kako je bitna i raspodjela dohotka u društvu.

Nejednaka raspodjela dohotka omogućava samo djelu populacije poduzimanje međunarodnih putovanja, jer takva putovanja zahtijevaju od pojedinca mogućnost izdvajanja više financijskih sredstava. IMF (1965) naglašava kako osim dohotka i njegove distribucije te relativnih cijena, na turističku potražnju utječu i očekivanja u vezi s promjenom dohotka i cijena.

Crouch (1994) ističe kako u kontekstu međunarodnih putovanja cijena putovanja uključuje troškove na robe i usluga u destinaciji, trošak prijevoza između zemalja i utjecaj promjene valutnih tečaja na kupovnu moć.

Preciznije pojašnjenje donose Dawyer i Forsyth (2006) ističući da porast cijene prijevoza negativno utječe na potražnju za putovanjima. Međutim, Crouch (1994) naglašava kako je utjecaj troškova prijevoza na potražnju za turizmom još uvijek slabo shvaćen. Trošak prijevoza neizbježan je pri putovanju, međutim njegovo mjerenje predstavlja poteškoće. Problemi nastaju zbog različitih vrsta putovanja (automobil, vlak, autobus, brod, zrakoplov...) i činjenice da rekreativni putnici mogu uživati u samom činu putovanja.

Nadalje, Crouch (1994) navodi kako je Economist Intelligence Unit (1975) identificirao promjene do kojih dolazi u slučaju aprecijacije valute receptivne zemlje u odnosu na valutu emitivne zemlje. U navedenom slučaju kupovna moć turista opada što uzrokuje: manji broj putovanja u inozemstvo, promjenu odredišne destinacije, smanjenje rashoda ili duljine boravka, promjenu načina ili vremena putovanja. S druge strane, Gerakis (1965) zamjećuje da deprecijacija domaće valute u odnosu na stranu dovodi do rasta kupovne moći turista što uzrokuje: više potrošnje na stvari koje bi se svakako kupile unutar destinacije, potrošnja na dodatne proizvode i usluge, odabir destinacije u odnosu na konkurente i privlačenje novih turista.

Osim ekonomskih determinanti, utjecati na turističku potražnju mogu i karakteristike samog turista. Dawyer i Forsyth (2006) kao karakteristike značajne za turističku potražnju ističu: spol, dob, razinu obrazovanja, zaposlenost, veličinu kućanstva, dostupnost i količinu slobodnog vremena i osobnu motivaciju. Hagemann (1981) i Gerakis (1965) također, ističu pozitivan utjecaj obrazovanja na turističku potražnju.

Međutim, Sauran (1978) navodi kako Todt (1964) i Przeclawski (1976) pojašnjavaju da sociološke varijable (dob, zanimanje, obrazovanje) iako utječu na turističku potražnju, mogu biti značajnije pri odabiru destinacije ili vrste turizma nego pri odluci o samom putovanju.

3. UTJECAJ PRIRODNE I KULTURNE BAŠTINE, TE KULTURNOG SEKTORA NA TURIZAM

3.1 Kulturna i prirodna baština

Graham et al. (2000) razlikuju prošlost, povijest i baštinu, iako se u praksi ova tri pojma često koriste kao sinonimi. Prošlost se definira kao sve što se ikada dogodilo. Povijest pak, predstavlja nastojanja povjesničara da objasne i prezentiraju određene aspekte prošlosti, te prikupe, očuvaju i dokumentiraju njene fizičke ostatke. Naposljetku, pod baštinom se podrazumijeva suvremena interpretacija i reprezentacija prošlosti.

Detaljnije pojašnjenje baštine daje ICOMOS (1999) prema kojem baština uključuje prirodno i kulturno okruženje. Baštinom se mogu smatrati: krajolici, povijesna mjesta, nalazišta, izgrađeno okruženje, biološka raznolikost, prošla i trajna kulturna praksa i znanje, koji izražavaju duge procese povijesnog razvoja tvoreći tako bit različitih autohtonih lokalnih, nacionalnih i regionalnih identiteta.

Važnost očuvanja baštine prepoznata je od strane Ujedinjenih naroda, te se 1945. godine osniva UNESCO – organizacija Ujedinjenih naroda za obrazovanje, znanost i kulturu. Štoviše, Eurostatu (2019) navodi da UNESCO 1972. godine usvaja Konvenciju o zaštiti svjetske kulturne i prirodne baštine. Konvencija je usvojena u cilju zaštite i očuvanja kulturne i prirodne baštine od izuzetne univerzalne vrijednosti. Temeljem konvencije 1978. nastaje UNESCO Popis svjetske baštine. Također, uspostavljen je Odbor za svjetsku baštinu i Fond za svjetsku baštinu, koji nadziru i podržavaju zaštitu i očuvanje mjesta navedenih na Popisu svjetske baštine. Popis svjetske baštine u početku je sadržavao svjetsku kulturnu i prirodnu baštinu. Naknadno, 2003. godine, UNESCO Konvencijom o zaštiti nematerijalne kulturne baštine stvara Popis nematerijalne kulturne baštine čovječanstva.

Kulturna baština definirana je od strane UNESCO - a (2009) kao artefakti, spomenici, skupine građevina i lokaliteta koji imaju raznolike vrijednosti: simboličku, povijesnu, umjetničku, estetsku, etnološku i antropološku, te znanstvenu i društvenu važnost.

Prema tome, UNESCO danas pod pojmom kulturne baštine obuhvaća nekoliko kategorija. Kulturna baština obuhvaća materijalnu i nematerijalnu kulturnu baštinu. Materijalna kulturna baština dijeli se na: pokretnu (slike, skulpture, novčići, rukopisi), nepokretnu (spomenici, arheološka nalazišta, povijesne građevine...) i podvodnu (podvodne ruševine i gradovi, brodolomi). Nematerijalna kulturna baština obuhvaća usmene tradicije, mitove, rituale, obrede, izvedbene umjetnosti, sustave vrijednosti, znanja i vještine, koji se prenose s generacije na generaciju. EUROSTAT (2019) ističe da svi aspekti kulturne baštine, kako materijalni tako i nematerijalni, predstavljaju sustave vrijednosti, tradicija, vjerovanja i stila života koji karakterizira prošla i sadašnja društva.

Prirodnu baštinu UNESCO (1972) opisuje kao geološke i fiziografske formacije, prirodna obilježja, razgraničena područja koja tvore staništa ugroženih biljnih i životinjskih vrsta, te prirodne lokalitete koji su vrijedni očuvanja zbog iznimne univerzalne vrijednosti.

Upravo je vrijednost baštine razlog njenog očuvanja. Matečić (2016) razlikuje više vrsta vrijednosti: estetsku, simboličku, duhovnu, društvenu, povijesnu, znanstvenu te vrijednost autentičnosti. Estetska vrijednost utemeljena je na ljepoti baštine, koja proizlazi iz vizualnih karakteristika lokaliteta. Simbolička vrijednost odnosi se na etnički identitet zajednice te proizlazi iz iskustva i doživljaja baštine. Duhovna vrijednost baštine ogleda se u njenom prezentiranju vjerske važnosti lokaliteta, proizašle iz vjerovanja i učenja religije. Društvena vrijednost temelji se na zajedničkim vrijednostima i vjerovanjima koja međusobno povezuju društvene grupe, olakšavaju društvene veze te doprinose društvenoj koheziji i stabilnosti zajednice. Povijesna vrijednost zapravo je intrinzična vrijednost lokaliteta koja se prikazuje pomoću predmeta i artefakata naslijeđenih iz prošlosti. Znanstvena vrijednost proizlazi iz istraživački praksi i znanstvenog sadržaja. Vrijednost autentičnosti odnosi se na jedinstvene karakteristike i integritet lokaliteta.

Vrijednost baštine kriterij je koji se procjenjuje i prilikom postupka kandidature i upisa na UNESCO liste svjetske baštine. Naime, procjenjuje se posjeduje li baština iznimnu univerzalnu vrijednost. Iznimnu univerzalnu vrijednost UNESCO (2019) opisuje kao kulturnu i prirodnu važnost koja svojom značajnošću prelazi nacionalne granice, te je od zajedničkog značaja za sadašnje i buduće generacije cijelog čovječanstva. Stoga se formiralo deset kriterija na temelju kojih se procjenjuje iznimna univerzalna vrijednost.

Baština iznimne univerzalne vrijednosti prema UNESCO kriterijima mora:

1. Predstavljati remek djelo ljudskog stvaralačkog genija.
2. Pokazivati važnu razmjenu ljudskih vrijednosti, tijekom vremenskog razdoblja ili unutar kulturnog područja svijeta, kroz razvoj arhitekture ili tehnologije, monumentalne umjetnosti, urbanističkog planiranja ili pejzažnog oblikovanja.
3. Prenositi jedinstveno ili iznimno svjedočanstvo o kulturnoj tradiciji ili civilizaciji koja živi ili je nestala.
4. Biti izvanredan primjer tipa građevine, arhitektonskog ili tehnološkog ansambla ili krajolika koji ilustrira značajnu fazu(e) u ljudskoj povijesti.
5. Biti izvanredan primjer tradicionalnog ljudskog naselja, korištenja zemljišta ili mora koji je reprezentativan za kulturu ili ljudsku interakciju s okolišem, posebno kada okoliš postaje ranjiv zbog utjecaja nepovratnih promjena.
6. Biti izravno ili opipljivo povezana s događajima ili živim tradicijama, idejama, vjеровanjima, umjetničkim i književnim radovima od izuzetne univerzalne važnosti.
7. Sadržavati vrhunske prirodne fenomene ili područja izuzetne prirodne ljepote i estetskog značaja.
8. Biti izvanredan predstavnik perioda zemljine povijesti, uključujući dokaze života, značajne tekuće geološke procese pri formiranju reljefa ili značajnih geomorfnih ili fiziografskih obilježja.
9. Biti izvanredni predstavnik značajnih ekoloških ili bioloških procesa u evoluciji i razvoju kopnenih, slatkovodnih, obalnih i morskih ekosustava i zajednica biljaka i životinja.
10. Sadržavati najvažnija i najznačajnija prirodna staništa bitna za očuvanje biološke raznolikosti, uključujući staništa s ugroženim vrstama čija je zaštita od izuzetne univerzalne vrijednosti za znanost.

Za uvrštavanje na UNESCO Popis svjetske baštine potrebno je da baština zadovolji minimalno jedan od deset navedenih kriterija. Uz to potrebno je zadovoljiti uvjete integriteta i autentičnosti, te razviti prikladnu zaštitu i menadžment kako bi se osigurala sigurnost baštine.

Važnost očuvanja kulturne i prirodne baštine prepoznata je širom svijeta čemu svjedoči 869 kulturnih, 213 prirodnih i 39 kulturno – prirodnih znamenitosti uvrštenih na UNESCO Popise svjetske baštine do danas.

Osim popisa svjetske prirodne i kulturne baštine, UNESCO vodi i Popis svjetske baštine u opasnosti. Na Popis svjetske baštine u opasnosti upisuju se znamenitosti s Popisa svjetske baštine koja je ugrožena ozbiljnim i specifičnim opasnostima; prijetnja nestanka zbog ubrzanog propadanja, napuštanje iz bilo kojeg razloga, požari, potresi, klizišta, prijetnja od oružanih sukoba, poplave, veliki javni ili privatni projekti, brzi urbanistički ili turistički javnih projekti i slično. Cilj ovog popisa, na kojem se danas nalaze pedeset i tri znamenitosti, upozoriti je međunarodnu zajednicu na prisutnu situaciju, te udružiti njene snage kako bi se zaštićena područja spasila od propadanja, odnosno očuvala.

3.2 Kulturni sektor i njegove karakteristike

Prema Stupples (2014) kulturni sektor temelji se na proizvodnji i prometu kulturnih dobara, te obuhvaća sustave produkcije, distribucije, marketinga i kritičkog promišljanja povezanih s prometom kulturnih dobara. Europska Komisija uz kulturni sektor u obzir uzima i kreativni sektor. Prema Europskoj Komisiji kulturni i kreativni sektor sastoje se od: „svih sektora čije se aktivnosti temelje na kulturnim vrijednostima ili drugim umjetničkim pojedinačnim ili kolektivnim kreativnim izrazima“. Ističe se da kulturni i kreativni sektor zauzimaju centralnu ulogu u kreativnoj ekonomiji, te pridonose daljnjem razvoju društva. Bitna karakteristika kulturnog sektora svakako je razvoj, utemeljen na znanju, individualnoj kreativnosti i talentu, koji generira značajno ekonomsko blagostanje. Ekonomskom blagostanju doprinose zabilježeni iznadprosječni rast i stvaranje radnih mjesta, posebno za mlade. Osim ekonomskog aspekta značajan je i doprinos stvaranju zajedničkog europskog identiteta, kulture, vrijednosti i ojačavanju socijalne kohezije.

U svrhu olakšanja statističkog praćenja kulturnog sektora UNESCO (2009) definira kulturne domene. Kulturne domene predstavljaju zajednički skup kulturnih industrija, aktivnosti i praksi koje se grupiraju pod sljedećim naslovima:

1. Kulturna i prirodna baština.
2. Performansi i slavlja.
3. Vizualne umjetnosti i zanati.
4. Knjige i tisak.
5. Audio – vizualni i interaktivni mediji.
6. Dizajnerske i kreativne usluge.

Pod domenu kulturne i prirodne baštine svrstavaju se muzeji, arheološka i povijesna mjesta, kulturni krajolici i prirodna baština. Domena performansi i slavlja uključuje sve oblike kulturnih događanja neovisno o tome radi li se o profesionalnim ili amaterskim izvedbama. Pod ovu domenu ubrajaju se kazalište, ples, opera, lutkarstvo, festivali, sajmovi i izvedbe glazbe kako snimljene tako i uživo. Pod vizualne umjetnosti i zanate ubrajaju likovne umjetnosti, slike, crteži, skulpture, rukotvorine, fotografije te mjesta na kojima se takvi radovi izlažu, primjerice umjetničke galerije. Domena knjiga i tiska obuhvaća knjige, novine, časopise, te elektroničke oblike njihovog objavljivanja, fizičke i virtualne knjižnice kao i sajmove knjiga.

Temelj audio – vizualne interaktivne domena tvore radijsko i televizijsko emitiranje, uključujući internetske prijenose uživo. Domena dizajnerskih i kreativnih usluga obuhvaća robu i usluge koje se temelje na kreativnom, umjetničkom i estetskom dizajnu objekata, zgrada i krajolika. Pod ovu domenu ubraja se moda, grafički i unutarnji dizajn, projektiranje krajobrazne arhitekture, arhitektonske usluge, te usluge oglašavanja.

Nadalje, istaknute su i poprečne domene čiji se elementi pronalaze u navedenim kulturnim domenama, iako se mogu kategorizirati i zasebno: nematerijalna kulturna baština, obrazovanje i usavršavanje, arhiviranje i očuvanje, te oprema i popratni materijali. Također, kao povezane domene navedene su turizam, te sport i rekreacija. Iako glavna komponenta povezanih domena nije kulturološka one mogu uključivati aktivnosti kulturološkog karaktera.

Bitnu komponentu kulturnog sektora, odnosno njegovih domena tvore kulturne industrije. Throsby (2008) uzima u obzir različitost aspekata s kojih se kulturne industrije mogu definirati. Stoga, naglašava kako obuhvat kulturnog sektora ovisi o tome s kojeg aspekta se definiraju kulturne industrije. Lawrence i Phillips (2002) skupinu poduzeća smatraju kulturnom industrijom kada skupina potrošača percipira njihove proizvode kao konkurentne kulturne proizvode. Stoga, postoji mnogo različitih kulturnih industrija koje proizvode različita kulturna dobra. Prema Europskoj Komisiji, kulturne industrije usredotočene su na daljnje faze vrijednosnog lanca, te obuhvaćaju proizvodnju i širenje industrijskih i proizvodnih postupaka. Preciznije pojašnjenje daje O'Connor (1999) koji kulturne industrije objašnjava kao djelatnosti koje se primarno bave simboličkim dobrima, odnosno dobrima čija ekonomska vrijednost proizlazi iz njihove kulturne vrijednosti. Što znači da pod kulturne industrije ubrajamo klasičnu kulturnu industriju (emitirane medije, film, izdavaštvo, snimljenu glazbu, dizajn i arhitekturu) i tradicionalne umjetnosti (vizualna umjetnost, zanati, kazališta, glazbena kazališta, koncerte, performanse, književnost, muzeje i galerije). Peltoniemi (2014) ističe kako kulturne industrije proizvode proizvode koji generiraju doživljaje i uključuju kreativne elemente, te ih masovno distribuiraju. Prema tome kulturne industrije uključuju filmove, glazbu, knjige, magazine, televiziju, radio, modu i video igrice. Nadalje, kreativne industrije karakterizira stalna prekomjerna ponuda kreativnog rada (postoji više glumaca, dizajnera, pjevača nego što tržište zahtjeva) i ekstremna nesigurnost u vezi potencijalnog uspjeha kulturnog proizvoda (potrošači nemaju potpune informacije o proizvodu prije potrošnje).

Važnost kulturnih industrija Hesmondhalgh (2013) prepoznaje kroz sposobnost proizvodnje i distribucije proizvoda koji utječu na znanje, razumijevanje i doživljavanje svijeta. Štoviše, kulturne industrije bitne su pri usmjeravanju kreativnosti i znanja, te utječu na ekonomske, sociološke i kulturne promjene.

Nadalje, kulturne industrije proizvode temelj cjelokupnog kulturnog sektora - kulturna dobra i usluge. UNESCO (2009) ističe kako kulturna dobra prenose ideje, simbole i načine života, dok kulturne usluge olakšavaju njihovu proizvodnju i distribuciju. Cheng (2006) smatra da se kulturna dobra sastoje od materijalnih i nematerijalnih predmeta koji posjeduju kulturno značenje (nalazišta, lokacije, slike, skulpture...), te da se naslijeđena i nova kulturna dobra akumuliraju u kulturni kapital. Temeljem kulturnog kapitala nastaju kulturne usluge. Kulturne usluge manifestiraju se u raznim oblicima od posjeta muzejima, manifestacijama i koncertima do čitanje knjiga i gledanja filmova. Vrijednost kulturnih dobara i usluga, smatra Throsby (2003), proizlazi iz njihovih estetskih svojstava, duhovnog značenja, povijesne važnosti, utjecaja na umjetničke trendove, autentičnosti, jedinstvenosti i integriteta. Sudjelovanje pojedinaca u kulturnim aktivnostima, prema Cheng (2006), vodi ostvarenju društveno korisnih učinaka u vidu skladnijeg života unutar zajednice, daljnjeg razvoj kreativnih kao i inovativnih sposobnosti pojedinaca. Značenje kulturnih dobara i usluga za zajednicu u uskoj je vezi s njihovim brojem i vrstama. Broj i struktura kulturnih dobara i usluga uvelike ovisi o kulturnim politikama, regulacijama i izvorima financiranja kulturnog sektora.

Stoga, Europska Unija sustavno potiče razvoj kulturnog sektora putem raznih organizacija, programa, mreža i platformi. Europska Komisija (2019) ističe važnost programa pod nazivom „Kreativna Europa“. Program je razvijen za razdoblje od 2014. do 2020. godine, sa svrhom podržavanja prekogranične suradnje i aktivnosti umrežavanja za kulturne i kreativne sektore, te sufinanciranja važnih platformi i mreža. Programom se promiče kulturna raznolikost Europe i jača konkurentnost europskih kulturnih i kreativnih sektora. Europske kulturne mreže ključne su u ostvarivanju ciljeva programa. Putem mreža objedinjuje se na tisuće stručnjaka koji pomažu pri formuliranju kulturnih politika Europske Unije. Što se tiče samih investicija u kulturni sektor, prema Planovima rada EU – a za kulturu, financiranje se može ostvarivati na razne načine: samofinanciranjem, mjerama javne potpore privatnih financiranja, financiranjem od strane banaka, ostvarivanjem sponzorstva, državnim ulaganjima i slično.

Ipak, uočeno je da uglavnom privatni sektor investira nakon investiranja javnog sektora. Odnosno, javni sektor proaktivnom politikom poduzima rizičnije investicije koje su vitalnog značaja za razvoj kulturnog sektora.

3.3 Dosadašnja istraživanja utjecaja prirodne i kulturne baštine na turizam

Želja za upoznavanjem drugih kultura oduvijek je motivirala čovjeka na putovanja. Stoga, ne čudi uočljivost utjecaj prirodne i kulturne baštine na odluku o poduzimanju turističkog putovanja, kao i na turistički sektor u globalu.

Smith i Robinson (2005) kulturnu baštinu smatraju osnovom turizma, te ističu njen utjecaj na rast turizma i uključivanje raznih društvenih skupina u razvojne procese. Goodwin (2002) ističe da postojanje kulturne i prirodne raznolikosti stvara mnoge prilike lokalnoj zajednici, te omogućava formiranje turističkog proizvoda. Za Richards (2000) baština predstavlja vitalan resurs za razvoj turizma, a turizam zauzvrat doprinosi kulturnom razvoju. Također, kulturnu i prirodnu baštinu resursom za razvoj turizma smatraju Robinson i Picard (2006), prema kojima putem baštine turizam dobiva smisao, a društvu priliku za sudjelovanje u razvojnom procesu. Stoga, valorizacije baštine kroz turizam pridonosi ekonomskom ali i ljudskom razvoju u kojim se društveno blagostanje povećava putem kulturne razmjene.

ICOMOS (1999) prirodnu i kulturnu baštinu promatra kao glavne turističke atrakcije. Slično stajalište iznose i Lo et al. (2017) ističući jedinstvene prirodne i kulturne resurse kao glavne faktore za privlačenje pozornosti potencijalnih turista i utjecanje na njihovu odluku o putovanju. Štoviše, naglašava se utjecaj prirodne i kulturne baštine na podizanje razine konkurentnosti turizma. Richards (2000) osim uloge baštine kao motivatora putovanja, uočava i kako je raznolikost baštine presudna pri samom izboru destinacije. Turisti biraju destinacije koje su im zanimljive, a upravo raznovrsnosti i obilje kulturnih i prirodnih resursa značajno utječe na sliku destinacije, te njenu percepciju i doživljaj od strane turista. Nilsson (2018) smatra da kulturna baština utječe na doživljaj destinacije i formiranje turističkog iskustva, jer turista suočava s nečim njemu nepoznatim i autentičnim. Stoga, autentičnost baštine predstavlja temelji za daljnji razvoj komercijalnih djelatnosti unutar destinacije. Autentičnost baštine također, prema Virginija (2016), je dobar temelj za izgradnju pozitivnog i jedinstvenog imidža destinacije na globalnoj razini.

Vrtiprah (2006) naglašava kako se samo prilikom posjete turističkoj destinaciji može promotriti, i iskusiti njena sadašnja kao i prošla kulturna kreativnost, raznolikost folklor, te bogatstvo kulturnog i umjetničkog stvaralaštva.

Razina kvalitete turističkih atrakcija određena je upravo originalnošću i raznovrsnošću kulturnih resursa, što utječe i na povećanje vrijednost ukupne turističke ponude destinacije. Posjeti muzejima, odlasci na razne predstave i priredbe utječu na doživljaj destinacije od strane turista i formiranje destinacijske slike. Upravo zbog toga kulturni resursi mogu postati vodeći proizvodi u promociji destinacije. Nadalje, Ursache (2015) naglašava kako je kulturna i prirodna baština najviše povezana upravo s turističkom industrijom. Osim što doprinosi atraktivnosti i konkurentnosti, baština značajno utječe i na samu kvalitetu turizma. Kroz povezanost prirodne i kulturne baštine s turizmom najjasnije se uočava njen doprinos lokalnom razvoju. Naime, baština često postaje temelj regeneracije unutar destinacije.

Zaključno, Drpić (2017) ističe kako postizanje pozitivne sinergije između baštine i turizma uz ekonomske dobrobiti generira i rast zadovoljstva posjetitelja, višu kvalitetu turističke ponude, rast prepoznatljivosti turističkih događaja temeljenih na baštini, dodatnu vrijednost objekata baštine i jačanje identiteta lokalne zajednice.

3.4 Dosadašnja istraživanja odnosa između razvijenosti kulturnog sektora i turizma

Richards (1996) ističe da su kulturni resursi kroz prošlost većinom bili u privatnom vlasništvu plemićkih obitelji, dostupni elitnim slojevima društva i formirani u zbirke na temelju osobnih preferencija vlasnika. Do promjene dolazi krajem osamnaestog stoljeća, kada Francuska revolucija rezultira oduzimanjem umjetničkih zbirki plemićkim obiteljima i crkvi. Kasnije, Napoleonova osvajanja dijelove zbirki širom Europe pridodaju već postojećim zbirkama u Louvreu - prvom nacionalnom muzeju u Europi. Louvreu se kasnije pridružuju i drugi nacionalni muzeji koji poprimaju javni karakter, te su koncipirani na način da pružaju opsežne zbirke koje obuhvaćaju sve epohe i kulture. Ovakav koncept vodio je razvoju modernizma, te daljnjem širenju kulturne produkcije, stvaranju novih muzeja i povijesnih spomenika diljem Europe. Drugi val proširenja kulturne proizvodnje nastao je 1960 – ih potaknut povećanjem razine prihoda i razine obrazovanja, te pojavom nove srednje klase, navedeni faktori između ostalih, pridonijeli su također, razvoju turističkog sektora.

Richards (1996 i 2000) naglašava ključnu ulogu pojedinaca i organizacija koji produciraju kulturne proizvode i iskustva, odnosno valoriziraju resurse i ispunjavaju turističke potrebe. Kulturna produkcija ključna je pri iskorištavanju kulturnog kapitala. Posljednjih godina primjetan je rast utjecaja kulturnih proizvođača pri razvoju proizvoda za turizam. Kulturna produkcija sve više je usredotočena na privlačenje kapitala i potrošnje, realizaciju ovih ciljeva kulturni sektor može ostvariti upravo putem turizma. Sukladno navedenom Richards (2005) zamjećuje kako je kulturna potrošnja porasla, a turizam je postao sve važniji oblik kulturne potrošnje.

OECD (2009) ističe kako su se tijekom većeg djela 20. stoljeća turizam i kultura smatrali uglavnom zasebnim aspektima unutar destinacije. Kulturne resurse promatralo se kao dio kulturne baštine destinacije povezanog s obrazovanjem lokalnog stanovništva i osnovom razvoj lokalnog i nacionalnog identiteta. S druge strane, turizam se promatrao s aspekta slobodnog vremena, vremena različitog od svakodnevnog života i života lokalne zajednice. Do promjene u poimanju veze ova dva sektora dolazi krajem stoljeće, kada se uočava potencijal kulturnog sektora u privlačenju turista i kreiranju diferencije između destinacija. Jačanju veze između kulturnog sektora i turizma pridonijelo je više faktora.

Kao najbitnije faktore OECD (2009) ističe: povećanje interesa za kulturu, rastući fond kulturnog kapitala uzrokovan rastom razine obrazovanja, mijenjanje stila potrošnje od naglašenog materijalizma prema naglasku na osobni razvoj, rast želje za izravnim iskustvima, rastuća važnost nematerijalne kulture i doživljavanja atmosfere, te povećana mobilnost koja omogućava lakši pristup drugim kulturama. Za Richards (2005) nije iznenađujuće da su se masovni turizam i masovna kulturna potrošnja uspostavili krajem 20. stoljeća, budući da su temeljne sile pokretanja i širenja turizma i kulturne potrošnje vrlo slične. Dostupnost muzeja, izložbi i drugih kulturnih manifestacija za javnu potrošnju pridonijela je jačanju turizma, te danas muzeji i druge kulturne institucije otvaraju vrata široj skupini posjetitelja, te aktivno konkuriraju drugim turističkim atrakcijama.

Štoviše, Falk i Dierking (2008) naglašavaju kako je jačanje veze između kulturnog sektora i turizma utjecalo i na poimanje uspješnosti kulturnih institucija. Uspješnost kulturnih institucija procjenjivala se prema njihovoj veličini, dugovječnosti i vrijednosti, primjerice broj predmeta u zbirci, starost i „vrijednost“ zbirke. Danas, uspješnost se procjenjiva prema: podršci koju pružaju javnim dobrima, organizacijskim ulaganjima (posebno u vidu izgradnje osoblja, održavanju klime i kulture za kreativnost, inovaciju, suradnju, istraživanje i razvoj), te postizanju financijske stabilnosti odnosno ostvarivanju godišnjih financijskih viškova koji se mogu koristiti za daljnju potporu institucionalnom učenju i javnom dobru.

Nadalje, OECD (2009) ističe kako se bliže veze turizma i kulture odražavaju i na strukture upravljanja na nacionalnoj i regionalnoj razini. Sve veći broj zemalja kombinira administrativne strukture za kulturu i turizam, na primjer, u jedinstvenom ministarstvu. Primjer kombinacije kulturnih i turističkih administrativnih struktura analiziraju Su et al. (2019) ispitivanjem postojanja sinergije između turističke industrije, kulturnog sektora i koncepta održivog razvoja. Istraživanje je provedeno u Kini, prema podacima za razdoblje od 2010. do 2016. godine. Naime, Kineska vlada 2009. godine počela je primjenjivati niz mjera kako bi se provela integracija kulture i turizma, te omogućio koordinirani razvoj kulturno – turističke industrije. U tom cilju provedeno je spajanje ministarstva kulture s ministarstvom turizma 2018. godine. U svrhu ispitivanja postojanja sinergije unutar kulturno – turističke industrije i njene održivosti razvijen je konceptualni model.

Inpute modela predstavljaju ljudski resursi i investicije iz sektora kulture i turizma, a ostvareni ekonomski rezultati smatraju se outputom na temelju kojeg se procjenjuje efikasnost kulturno – turističke industrije. Konkretno, turistička stalna imovina korištena je kao pokazatelj turističkih ulaganja, broj zaposlenih u turističkom sektoru korišten je kao pokazatelj ljudskih resursa u turizmu, a ukupni prihod turističkih poduzeća korišten je kao pokazatelj prihoda od turizma. Kao pokazatelj kulturnih ulaganja korišten je pokazatelj investicija u kulturu, broj zaposlenika u kulturnom sektoru korišten je kao pokazatelj ljudskih resursa kulture, a ukupni prihod kulturnog sektora korišten je kao pokazatelj prihoda iz kulture. Istraživanjem se došlo do interesantnih rezultata. Nakon uključivanja kulture, prosječna vrijednost efikasnosti kulturno – turističke industrije znatno je veća od prosječne efikasnosti samog turizma. Što znači da postignuta sinergija pozitivno utječe na turizam. Osim poboljšanja efikasnosti, sinergija kulture i turizma smanjuje stopu redundancije ljudskih resursa u turizmu i stopu deficit turističkih prihoda. Stoga, možemo zaključiti kako integracija kulture generalno postiže sinergiju unutar turističke industrije. Ovakav rezultat konzistentan je s prijašnjim istraživanjima kroz koja je potvrđeno da su turisti generalno zainteresirani za umjetnost, ples, legende i ostale kulturne simbole. Nadalje, u nekim regijama integracija kulturno – turističke industrije ne postiže pozitivnu sinergiju što ide u prilog istraživanjima o negativnom utjecaju turizma na kulturu. Zaključno možemo reći kako supostojanje pozitivnih i negativnih sinergija u procjeni učinkovitosti kulturno – turističke industrije pokazuje složenost postizanja održivosti samog procesa integracije. Također, primijećen je i “ učinak trčanja” u procesu integracije kulturno – turističke industrije. “ Učinak trčanja” podrazumijeva privremenu fazu nekoordiniranosti i neučinkovitosti, te se smatra da je ova faza neizbježna. Do nje dolazi uglavnom zbog toga što previše sveobuhvatnih čimbenika utječe na uspjeh inovacija. Nove tehnologije uz inovacije i kreativnost ključ su za daljnju integraciju i izgradnju novih kulturno – turističkih atrakcija.

4. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE UTJECAJA BAŠTINE I OBILJEŽJA KULTURNOG SEKTORA NA RAZVOJ TURIZMA

4.1 Deskriptivna statistika

4.1.1 Uzorak, varijable i specifikacije modela

U ovom diplomskom radu istraživanjem je obuhvaćeno 27 zemalja, prikazanih na slici 1.



Slika 1: Zemlje članice Europske Unije

Izvor: EU, https://europa.eu/european-union/about-eu/easy-to-read_hr

Podatci za analizu prikupljeni su u razdoblju od 2008. do 2018. godine. Baza podataka formirana je iz web izvora, prvenstveno iz baze podataka Svjetske banke i Eurostata, te nadopunjena službenim podacima UNESCO-a i EGMUS-a. Iz baze podataka Svjetske banke preuzeti su podatci o ostvarenim prihodima od međunarodnog turizma, BDP-u po glavi stanovnika kao i pokazatelji visokog obrazovanja. Baza podataka EUROSTAT - a izvor je podataka o ostvarenom broju turističkih noćenja, ukupnoj turističkoj potrošnji, zaposlenima u turističkom i kulturnom sektoru, državnim ulaganjima u kulturni sektor, političkoj stabilnosti i odsustvu nasilja i terorizma, te inflaciji. Izvor podataka o broju posjeta muzejima je EGMUS (The European Group on Museum Statistics), a podatci o resursima kulturne i prirodne baštine prikupljeni su s UNESCO-a.

Temeljem, u prethodnim poglavljima prikazane, teorijske analize odabrane su zavisne i nezavisne varijable. Zavisne varijable odabrane kao pokazatelji razvijenosti turističkog sektora su: prihodi od međunarodnog turizma, ostvareni broj noćenja, ukupna turistička potrošnja i zaposleni u turizmu. U cilju ispitivanja hipoteza određene su i nezavisne varijable, od kojih su kao kontrolne izabrane: inflacija, BDP po glavi stanovnika ,politička stabilnost i odsustvo nasilja i terorizma, te visoko obrazovanje. Kao nezavisne varijable pokazatelji prirodne i kulturne baštine, te razvijenosti kulturnog sektora odabrane su: broj resursa kulturne i prirodne baštine uvrštenih na UNESCO popise svjetske baštine, broj ostvarenih posjeta muzejima, broj zaposlenih u kulturnom sektoru, te iznos državnih ulaganja u kulturni sektor. Sve zavisne i nezavisne varijable, njihovo pojašnjenje, kratice i očekivani predznak prikazani su u tablici 1.

Tablica 1: Opis i prikaz varijabli¹

Varijabla	Pojašnjenje	Kratica	Očekivani predznak
Prihodi od međunarodnog turizma	Generirani prihodi od međunarodnog turizma u američkim dolarima	PMTmili	Zavisna varijabla
Broj noćenja	Broj ostvarenih noćenja u hotelskom i ostalom turističkom smještaju	BN	Zavisna varijabla
Ukupna turistička potrošnja	Ukupna turistička potrošnja u tisućama eura	UTP	Zavisna varijabla
Zaposleni u turizmu	Broj osoba zaposlenih u turizmu	ZUT	Zavisna varijabla
BDP po glavi stanovnika	Bruto domaći proizvod po glavi stanovnika izražen u američkim dolarima	BDPPC	+
Visoko obrazovanje 1	Udio visokoobrazovanih (završen najmanje preddiplomski studij) u ukupnom stanovništvu.	VO1	+
Visoko obrazovanje 2	Udio osoba koje su završile tercijarni stupanj obrazovanja u populaciji od 20 do 29 godina	VO2	+
Politička stabilnost i odsustvo nasilja i terorizma	Mjeri se percepcija vjerojatnosti političke nestabilnosti i / ili politički motiviranog nasilja, uključujući terorizam. Procjena daje ocjenu zemlje na agregatnom pokazatelju, u rasponu od približno -2,5 do 2,5	PSONT	+
Inflacija	Inflacija mjerena indeksom potrošačkih cijena – odražava godišnji postotak promjene prosječnih troškova potrošača pri kupnji potrošačke košarice.	INF	+
Prirodna baština	Broj resursa prirodne baštine uvrštenih na UNESCO Popis svjetske prirodne baštine	PB	+
Kulturna baština	Broj resursa kulturne baštine uvrštenih na UNESCO Popis svjetske kulturne baštine	KB	+
Zaposleni u kulturnom sektoru	Broj osoba zaposlenih u kulturnom sektoru	ZUK	+
Broj posjeta muzejima	Broj posjeta muzejima	BPM	+
Državna ulaganja u kulturni sektor	Financijska sredstva uložena u kulturni sektor u milijunima eura	DUK	+

Izvor: izrada autora

¹ Za visoko obrazovanje prikupljeni su podatci za VO1 i VO2 kako bi se dobio veći broj opažanja.

Iz tablice 1 očito je da se pretpostavlja pozitivno djelovanje svih nezavisnih kontrolnih varijabli. Varijabla BDP po glavi stanovnika pokazatelj je gospodarske razvijenosti zemlje. S obzirom da stabilna ekonomija pogoduje razvoj turizma i omogućava više raspoloživih sredstava za investiranje u razvoj turističkog sektora, pretpostavlja se pozitivno djelovanje BDP – po glavi stanovnika na zavisne varijable. Inflacija na zavisne varijable djeluje pozitivno, jer receptivnu zemlju čini relativno jeftinijom. Visoko obrazovanje nerijetko je povezano s ostvarivanjem višeg dohotka pojedinca, pa samim tim pretpostavlja se da pojedinac ima više raspoloživog dohotka za uključivanje u turističke aktivnosti. Politička stabilnost i odsustvo nasilja i terorizma ključno je za privlačenje turističkih tokova u destinaciju zbog pružanja osjećaja sigurnosti pojedincu.

Nadalje, nezavisne varijable prirodna i kulturna baština smatraju se osnovnim atrakcijskim resursima za razvoj turizma. Bitni su pri formiranju slike zemlje i kreiranju jedinstvenog i konkurentnog turističkog proizvoda. Osim samog postojanja baštine, bitna je njena pravilna interpretacija i prikladna valorizacija. Stoga se pretpostavlja kako rast zaposlenih i državna ulaganja u kulturni sektor djeluju pozitivno na razvoj turističkog sektora, odnosno na zavisne varijable. Broj posjeta muzejima važan je indikator učinkovitosti državnih ulaganja i rada zaposlenika kulturnog sektora. Također, lokaliteti kulturne baštine često se nalaze u sklopu muzeja ili pod njihovim pokroviteljstvom, stoga se pretpostavlja pozitivna veza između broja posjeta muzejima i zavisnih varijabli.

4.1.2 Izračun i pojašnjenje deskriptivne statistike

Deskriptivna statistika zavisnih i nezavisnih varijabli, korištenih pri formiranju modela, prikazana je u tablici 2.

Tablica 2: Deskriptivna statistika

Varijabla	Broj opažanja	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Minimalna vrijednost	Maksimalna vrijednost
PMTmil	297	15246.23	19004.57	639	81250
BN	267	40920.39	61432.25	1395.899	305907.5
UTP	261	14110.12	27323.71	228.958	166842.9
ZUT	270	7032.651	9382.779	159.5	41914.5
BDPPC	297	33060.43	22092.49	6843.267	118823.6
VO1	100	22.39801	5.720944	11.59382	34.53947
VO2	157	17.1172	5.415436	3.4	35.2
PSONT	297	0.7415294	0.3936755	-0.4737767	1.512313
INF	297	1.775262	2.102663	-4.478103	15.40232
KB	297	11.40067	12.15876	0	49
PB	297	1.319865	1.30308	0	5
BPM	202	18538.91	27554.3	0.446323	114423.2
ZUK	216	255.7644	360.3082	6.5	1689.5
DUK	189	2186.038	3606.269	43.6	16689

Izvor: izrada autora

Napomena: Prikazani BN,UTP i BPM u tablici su podijeljeni s 1000

Iz rezultata deskriptivne statistike, prikazanih u tablici 2 zaključuje se da prosječna vrijednost prihoda od međunarodnog turizma u ovom uzorku iznosi 15246,23 milijuna američkih dolara. Prosječno odstupanje od prosječne vrijednosti, odnosno standardna devijacija iznosi 19004,57 milijuna američkih dolara. Minimalna vrijednost prihoda od međunarodnog turizma iznosi 639, a maksimalna 81250 milijuna američkih dolara. Prosječni broj ostvarenih noćenja u hotelskom i ostalom turističkom smještaju iznosi 40920390 noćenja, s prosječnim odstupanjem od 61432250 noćenja. Minimalan broj ostvarenih noćenja iznosi 1395899, a maksimalan 305907500. Nadalje, prosječna vrijednost ukupne turističke potrošnje je 14110120 eura, s prosječnim odstupanjem od prosječne vrijednosti u iznosu od 27323710 eura. Minimalna vrijednost ukupne turističke potrošnje je 228958 eura, a maksimalna 166842900 eura.

Što se tiče zaposlenosti u turizmu, prosječni broj zaposlenih osoba je 7032,651 uz prosječno odstupanje od 9382,779 osoba. Minimalan broj zaposlenih zabilježen je pri razini od 159,5 zaposlenih, dok maksimalan broj zaposlenih u turizmu iznosi 41914,5 osoba.

Deskriptivnom analizom nezavisnih kontrolnih varijabli izračunata je prosječna vrijednost BDP po stanovniku u iznosu od 33060,43 američka dolara. Prosječno odstupanje od prosječne vrijednosti BDP – a po glavi stanovnika iznosi 22902,49 američkih dolara. Minimalna vrijednost BDP – a po glavi stanovnika iznosi 6843,267, a maksimalna 118823,6 američkih dolara. Nadalje, prosječan udio visokoobrazovanih u ukupnom stanovništvu iznosi 22,398 %, sa standardnom devijacijom od 5,721 postotna poena. Minimalan udio visokoobrazovanih u ukupnom stanovništvu iznosi 11,594, a maksimalan 34,539 %. Prosječan udio visokoobrazovanih u populaciji od 20 do 29 godina iznosi 17,117 %, s prosječnim odstupanjem od 5,415 postotna poena. Minimalan iznos udjela je 3,4 %, a maksimalni 35,2%. Nadalje, rezultati deskriptivne analize pokazuju da je na temelju 297 opažanja izračunata prosječna vrijednost percepcije političke stabilnosti i odsustva nasilja i terorizma u iznosu od 0.7415 s prosječnim odstupanjem iznosa za 0.3937. Minimalna vrijednost percipirane političke stabilnosti i odsustva nasilja i terorizma iznosi -0.4738, a maksimalna 1.5123. Prosječna stopa inflacije iznosi 1,775 % uz prosječna odstupanja od 2,103 postotna poena. Minimalna stopa inflacije iznosi -4,478013, a maksimalna 15,40232%.

U uzorku je također izračunat i prosječan broj resursa kulturne baštine upisanih na UNESCO Popis svjetske kulturne baštine u iznosu od 11,40067 resursa kulturne baštine, s prosječnim odstupanjem od 12,159 resursa kulturne baštine. Minimalni broj kulturnih resursa upisanih na UNESCO Popis svjetske kulturne baštine iznosi 0, a maksimalan 49 kulturnih resursa. Uz resurse kulturne baštine izračunat je i prosječan broj resursa prirodne baštine upisane na UNESCO Popis svjetske prirodne baštine u iznosu od 1,319 resursa prirodne baštine, s prosječnim odstupanjem od 1,303 resursa prirodne baštine. Minimalni broj prirodnih resursa upisanih na UNESCO Popis svjetske prirodne baštine iznosi 0, a maksimalan 5 prirodnih resursa.

Nadalje, izračunata je deskriptivna statistika za indikatore razvijenosti kulturnog sektora. Prosječan broj posjeta muzejima iznosi 18538910 posjete uz prosječno odstupanje od 27554300 posjete. Minimalni broj posjeta muzejima iznosi 446,323, a maksimalan 114423200 posjete. Prosječni broj zaposlenih u kulturnom sektoru iznosi 255,7644 osobe uz prosječno odstupanje od 360,3082 osoba.

Minimalan broj zaposlenih zabilježen je pri razini od 6,5 zaposlenih osoba, dok je maksimalan broj zaposlenih u kulturnom sektoru 1689,5. Naposljetku, prosječna vrijednost državnih ulaganja u kulturni sektor iznose 2186,038 milijuna eura, s prosječnim odstupanjima od 3606,269 milijuna eura. Minimalna vrijednost državnih ulaganja u kulturni sektor iznosi 43,6 ,a maksimalna 16689 milijuna eura.

4.1.3 Grafički prikazi i korelacijske matrice zavisnih i nezavisnih varijabli

Kako bi se navrijeme uočio mogući problem multikolinearnosti izračunat je koeficijent korelacije između parova potencijalnih zavisnih varijabli. U tablici 3 prikazani su Pearsonove koeficijenti korelacije u parovima za zavisne varijable.

Tablica 3: Korelacijska matrica zavisnih varijabli

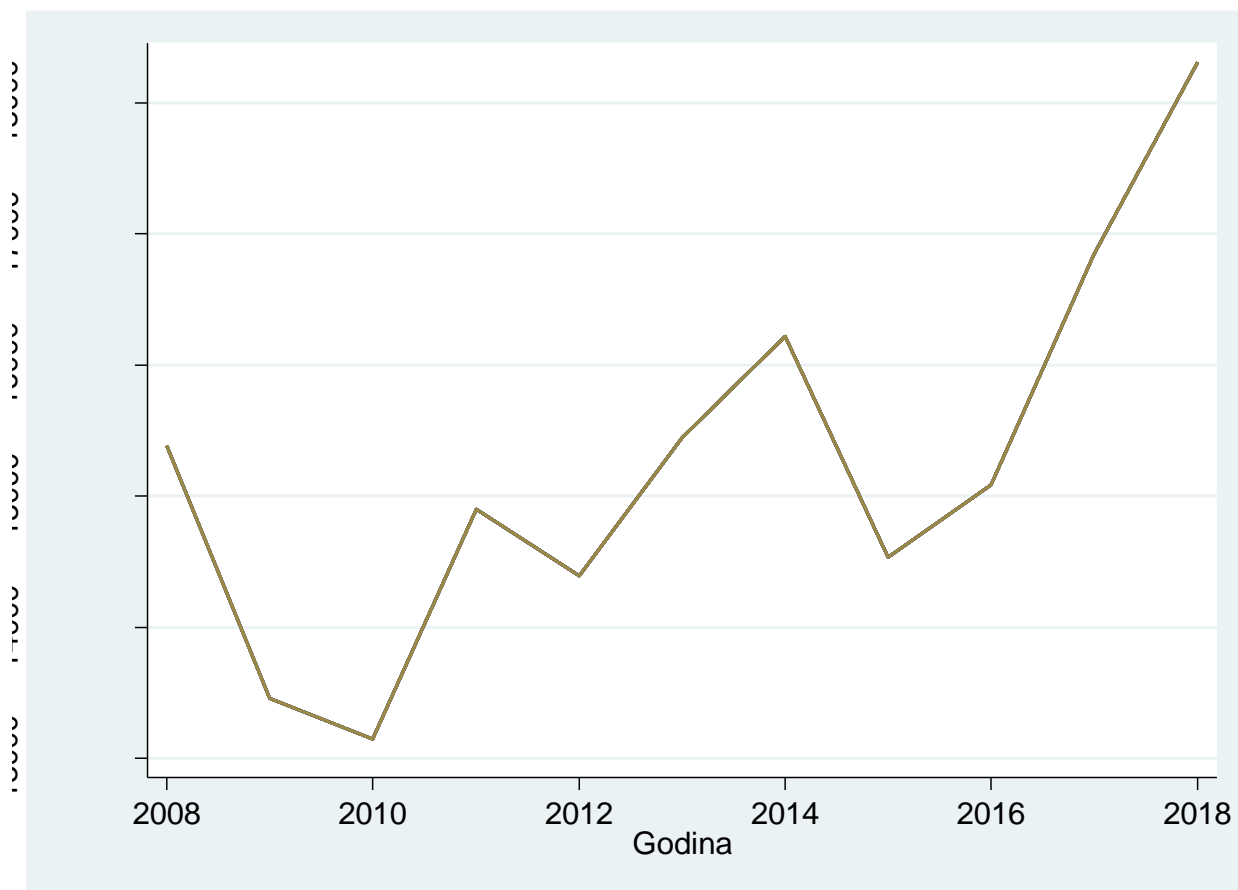
	PMTmil	BN	UTP	ZUT
PMTmil	1.0000			
BN	0.8741*	1.0000		
UTP	0.7739*	0.4367*	1.0000	
ZUT	0.8447*	0.6007*	0.8990*	1.00

Izvor: izrada autora

Visoka i statistički značajna korelacija uočava se između prihoda od međunarodnog turizma i broja noćenja, prihoda od međunarodnog turizma i ukupne turističke potrošnje, te prihoda od međunarodnog turizma i zaposlenosti u turizmu. Nadalje, postoji statistički značajna korelacija između zaposlenosti u turizmu i broja noćenja, te zaposlenosti u turizmu i ukupne turističke potrošnje. U slučajevima kada je koeficijent korelacije statistički značajan trebalo bi izbjegavati istodobno uvrštavanje varijable u model. Štoviše, treba s oprezom promatrati varijable čiji je koeficijent korelacije oko 0,5, kao što je ovdje slučaj s korelacijom između broja noćenja i ukupne turističke potrošnje.

Nadalje, na grafovima od 1 do 4 prikazana su kretanja prosječne vrijednosti svake od zavisnih varijabli tijekom godina.

Na prvom grafu prikazano je kretanje prosječne vrijednosti prihoda od međunarodnog turizma kroz razdoblje od 2008. do 2018. godine.

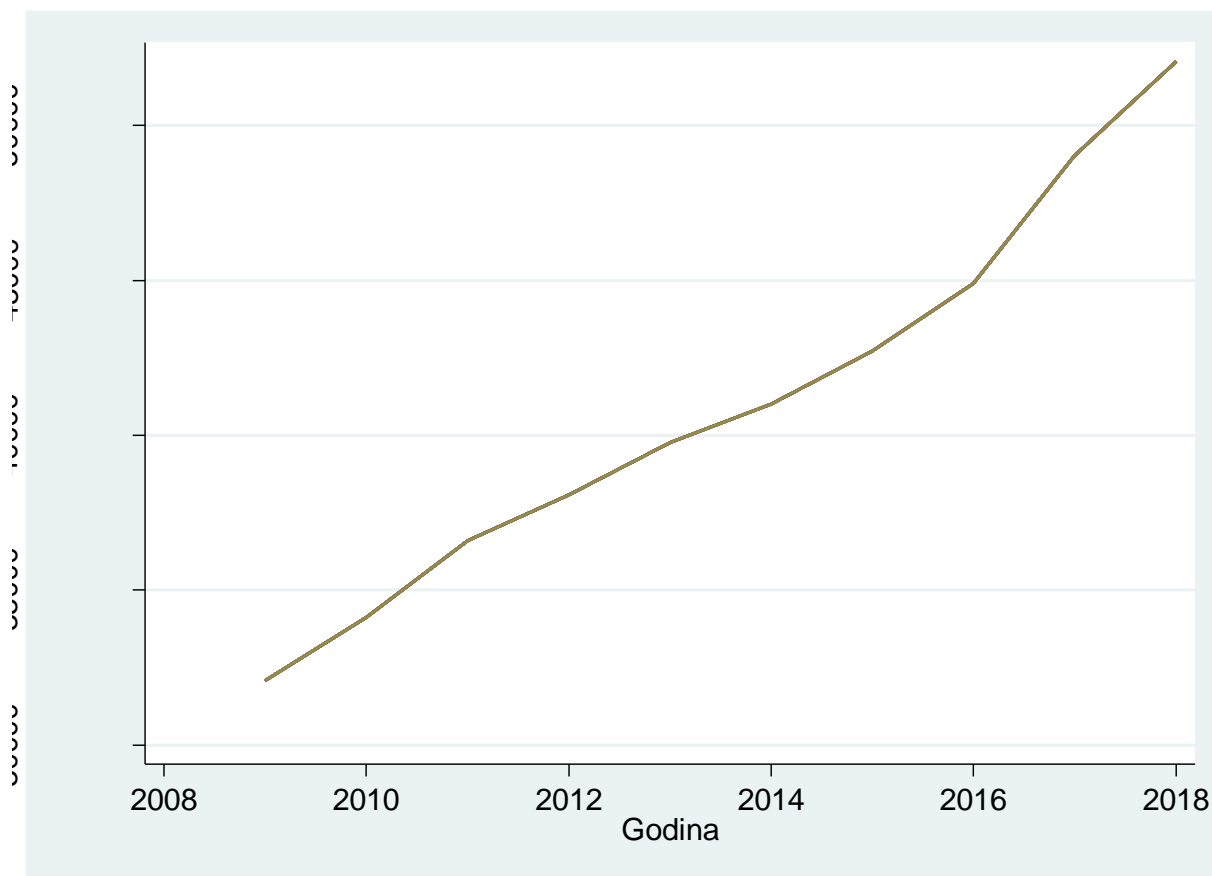


Graf 1: Kretanje prosječnih prihoda od međunarodnog tuizma po godinama

Izvor: izrada autora

Iz grafa 1 vidljivo je da se od 2008. do 2010. godine događa najznačajniji pad prosječnih prihoda od međunarodnog turizma. Od 2010. do 2011. prosječni prihodi od međunarodnog turizma rastu nakon čega nastupa blaži pad koji je zaustavljen 2012. godine. Od 2012. prosječni prihodi od međunarodnog turizma rastu, te 2014. nadmašuju razinu iz 2008. godine, nakon čega opet padaju u razdoblju od 2014. do 2015. godine. Nakon 2015. godine uslijedio je eksponencijalni rast sve do 2018. godine kada je zabilježen i njihov maksimum u promatranih 11 godina.

Graf broj 2 prikazuje kretanje prosječnog broja noćenja kroz period od 10 godina.



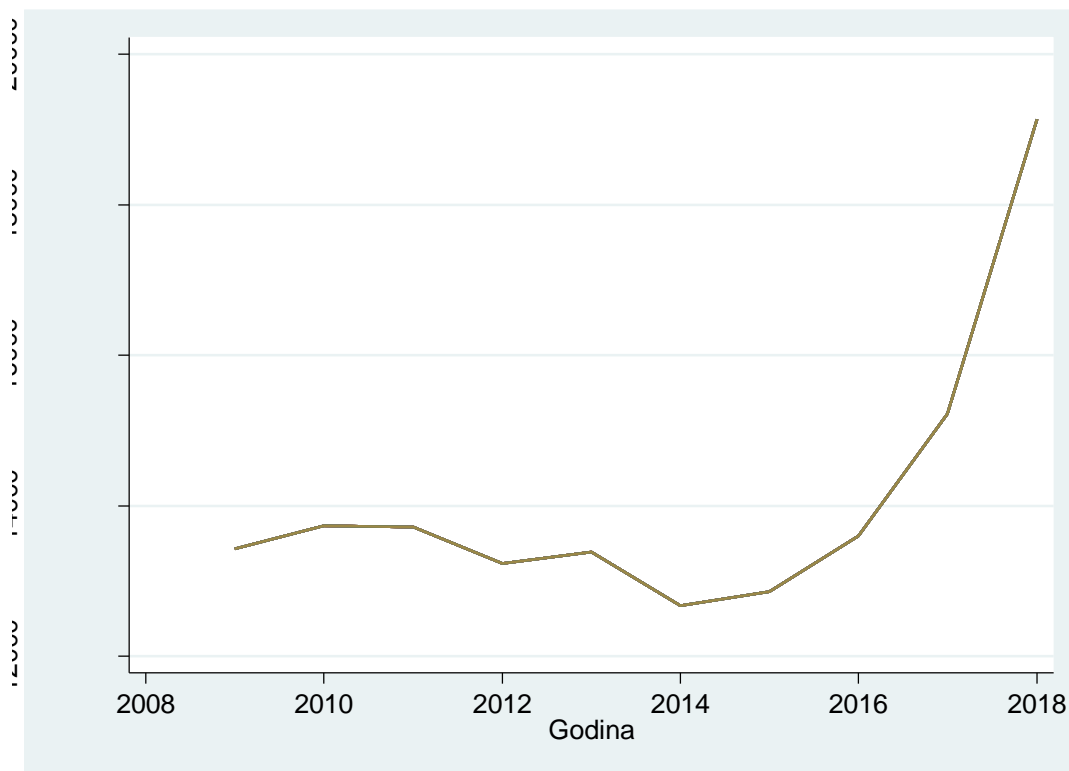
Graf 2: Kretanje prosječnog broja noćenja po godinama

Izvor: izrada autora

Napomena: prije grafičkog prikazivanja podatci o broju noćenja podijeljeni su sa 1000

Na grafu 2 uočava se konstantan rast broja ostvarenih noćenja od 2009. godine do 2018. godine.

Nadalje, graf 3 prikazuje kretanje prosječne vrijednosti ukupne turističke potrošnje tijekom razdoblja od 10 godina.



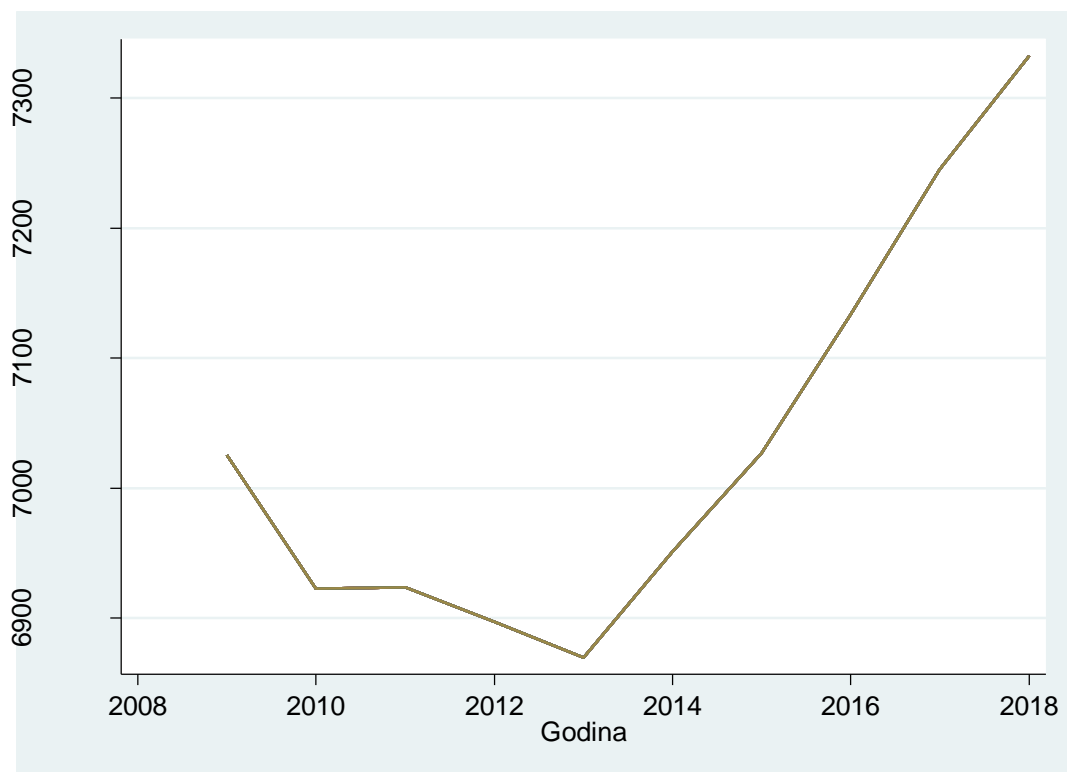
Graf 3: Kretanje prosječne vrijednosti ukupne turističke potrošnje po godinama

Izvor: izrada autora

Napomena: prije grafičkog prikazivanja podatci o broju noćenja podijeljeni su sa 1000

Na grafu 3 vidljiv je pad prosječne vrijednosti ukupne turističke potrošnje u razdoblju od 2009. do 2014. godine, uz blage oscilacije u periodu od 2012. do 2013. Nakon 2014. godine prosječna vrijednost ukupne turističke potrošnje u konstantnom je rastu.

Graf 4 prikazuje kretanje prosječnog broja zaposlenih u turizmu kroz razdoblje od 10 godina.



Graf 4: Kretanje prosječnog broja zaposlenih u turizmu

Izvor: izrada autora

Na grafu 4 vidljivo je da za razdoblje od 2009. do 2013. godine prosječan broj zaposlenih u turizmu opada, uz iznimku stabilizacije od 2010. do 2011. Nakon 2013. godine prosječan broj zaposlenih u turizmu eksponencijalno raste.

U svrhu uočavanja mogućeg problem multikolinearnosti između parova potencijalnih nezavisnih varijabli, također je izračunat koeficijent korelacije između parova potencijalnih nezavisnih varijabli. Tablica 4 prikazuje Pearsonove koeficijente korelacije u parovima za nezavisne varijable upotrebene pri dokazivanju prve hipoteze.

Tablica 4: Korelacijska matrica nezavisnih varijabli prve hipoteze

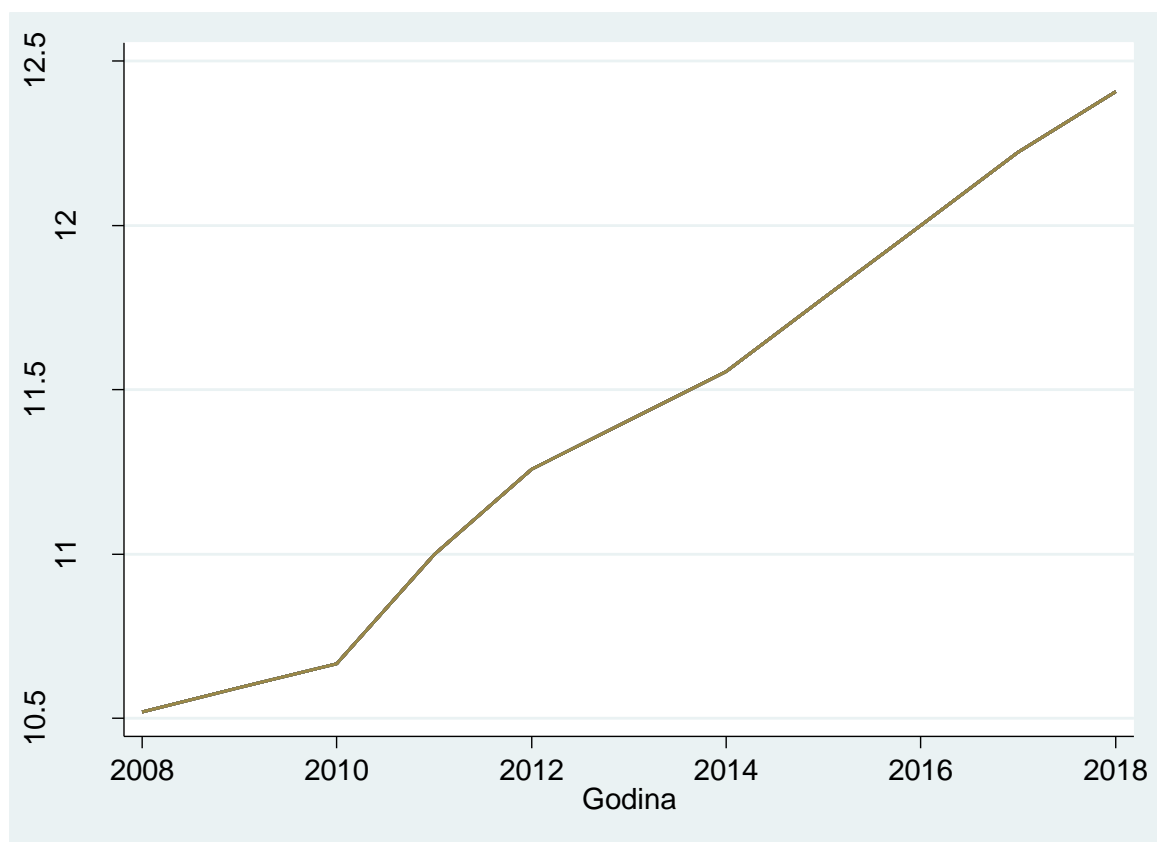
	BDPPC	VO1	VO2	PSONT	INF	KB	PB
BDPPC	1.0000						
VO1	0.2534*	1.0000					
VO2	-0.0239	-0.1445	1.0000				
PSONT	0.0734	-0.1300	-0.0096	1.0000			
INF	-0.0822	-0.0509	0.0136	-0.0286	1.0000		
KB	0.5369*	-0.1242	0.1764*	-0.4052	-0.1096	1.0000	
PB	0.4701*	-0.0445	0.1970*	-0.3678*	-0.0463	0.7160*	1.0000

Izvor: izrada autora

Iz tablice 4 uočava se statistička značajnost koeficijenta korelacije između: BDP – a po glavi stanovnika i udjela visokoobrazovanih u ukupnom stanovništvu, BDP – a po glavi stanovnika i kulturne baštine, te BDP – a po glavi stanovnika i prirodne baštine. Nadalje, statistički značajnima pokazali su se i koeficijenti korelacije između udjela osoba koje su završile tercijarni stupanj obrazovanja u populaciji od 20 do 29 godina i kulturne baštine te prirodne baštine. Statistički značajna korelacija postoji i između prirodne baštine i političke stabilnosti i odsustva nasilja i terorizma. Izračunata je i visoka korelacija između kulturne i prirodne baštine, stoga će se ove dvije varijable u modele uvrštavati zasebno.

S obzirom da se u prvoj hipotezi testira utjecaj resursa prirodne i kulturne baštine na razvoj turističkog sektora, u nastavku će se grafički prikazati kretanje nezavisnih varijabli kulturna baština i prirodna baština kroz razdoblje od 2008. do 2018. godine.

Prosječno kretanje varijable kulturna baština prikazano je na grafu 5.

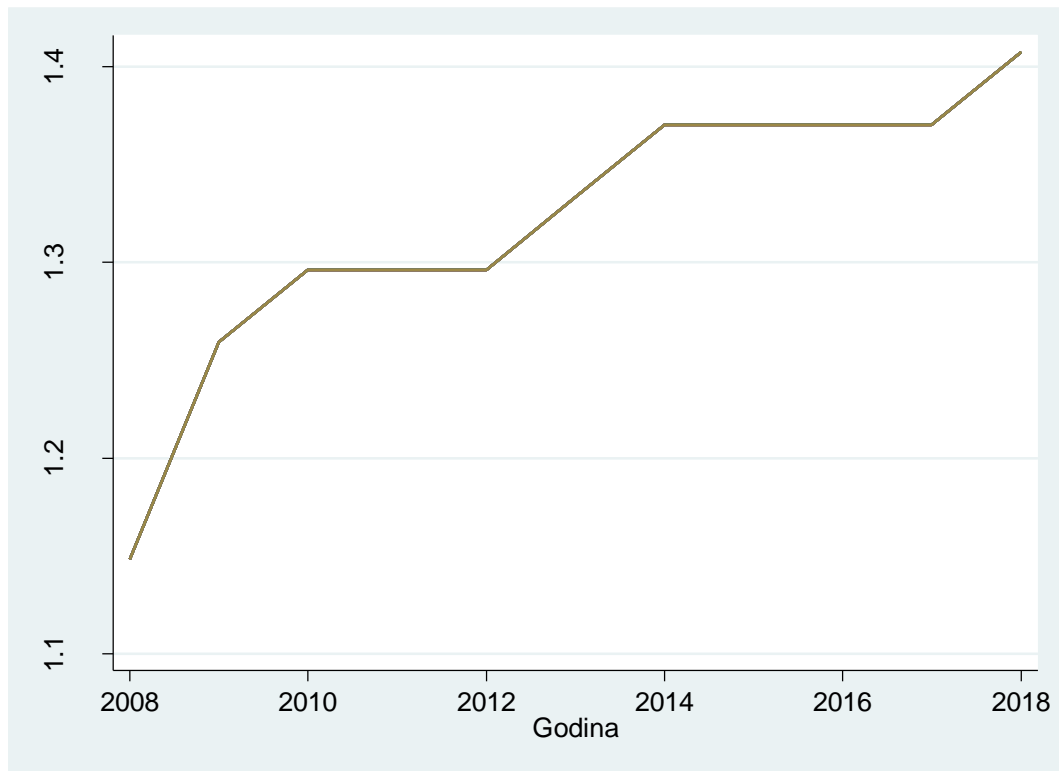


Graf 5: Kretanje prosječnog broja kulturne baštine

Izvor: izrada autora

Graf 5 jasno prikazuje, kako u razdoblju od 2008. do 2018. godine, broj resursa kulturne baštine uvrštenih na UNESCO Popis svjetske kulturne baštine konstantno raste.

Prosječno kretanje nezavisne varijable prirodna baština u razdoblju od 2008. do 2018. prikazano je na grafu 6.



Graf 6: Kretanje prosječnog broja prirodne baštine

Izvor: izrada autora

Na grafu 6 vidljiv je rast broja resursa prirodne baštine uvrštenih na UNESCO Popis svjetske prirodne baštine tijekom vremena. Također, krivulja prosječnog broja resursa prirodne baštine pokazuje i dvije faze stagnacije. Prva faza stagnacije zabilježena je u razdoblju od 2010. godine do 2012. godine, nakon čega se bilježi ponovni rast do 2014. godine. Druga faza stagnacije zabilježena je od 2014. do 2017. godine, nakon čega krivulja ponovno raste.

Nadalje, u tablici broj 5 prikazani su Pearsonovi koeficijenti korelacije u parovima za nezavisne varijable upotrebljene pri dokazivanju druge hipoteze.

Tablica 5: Korelacijska matrica nezavisnih varijabli druge hipoteze

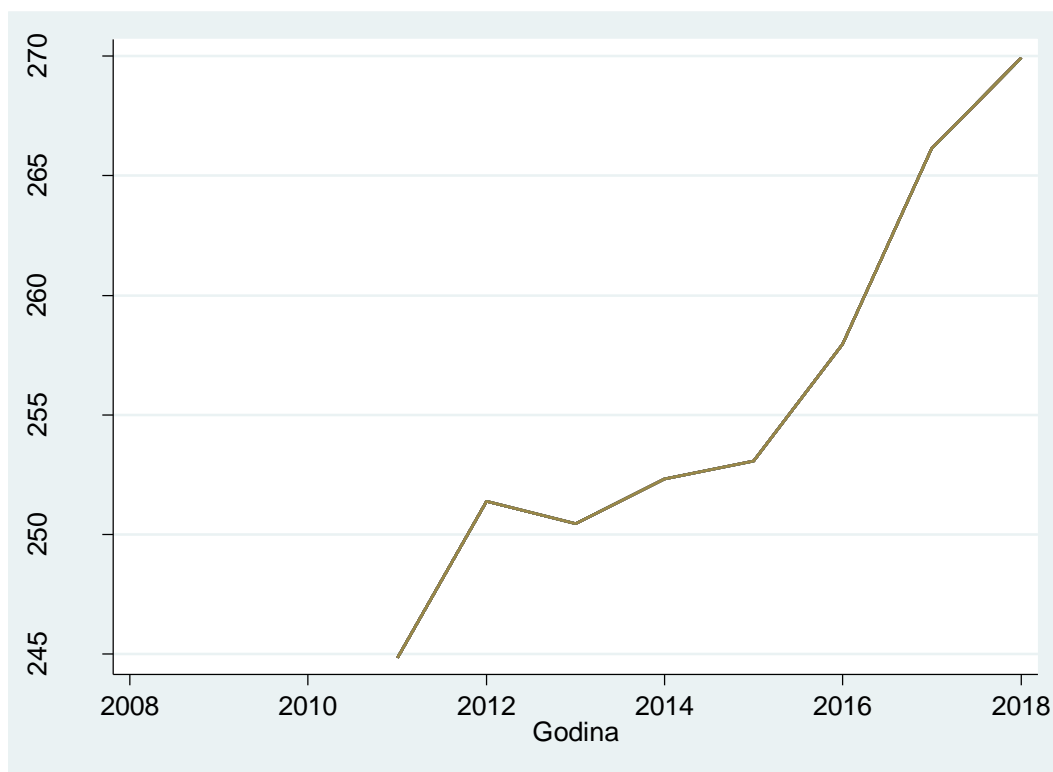
	BDPPC	VO1	VO2	PSONT	INF	ZUK	BPM	DUK
BDPPC	1.0000							
VO1	0.2534*	1.0000						
VO2	-0.0239	-0.1445	1.0000					
PSONT	0.0734	-0.1300	-0.0096	1.0000				
INF	-0.0822	-0.0509	0.0134	-0.0286	1.0000			
ZUK	0.4132*	-0.0064	0.2171*	-0.1951*	-0.0261	1.0000		
BPM	0.4595*	0.0422	0.0913	-0.0815	-0.0763	0.9604*	1.0000	
DUK	0.3472*	-0.1011	0.2785*	-0.2327*	0.0040	0.8688*	0.9327*	1.0000

Izvor: izrada autora

Iz tablice 5 vidimo da su se statistički značajnima pokazali koeficijenti korelacije između: BDP – a po glavi stanovnika i udjela visokoobrazovanih u ukupnom stanovništvu, BDP – a po glavi stanovnika i zaposlenima u kulturnom sektoru, BDP – a po glavi stanovnika i broja posjeta muzejima, te BDP-a po glavi stanovnika i državnim ulaganjima u kulturu. Nadalje, postoji korelacija između udjela osoba koje su završile tercijarni stupanj obrazovanja u populaciji od 20 do 29 godina i zaposlenima u kulturi kao i s državnim ulaganjima u kulturni sektor. Statistički je značajna i korelacija političke stabilnosti i odsustva nasilja i terorizma sa zaposlenima u kulturnom sektoru, kao i s državnim ulaganjima u kulturu. Jake i statistički značajne korelacije izračunate su između parova nezavisnih varijabli koji su odabrane kao indikatori razvijenosti kulturnog sektora, odnosno između zaposlenih u kulturnom sektoru, broja posjeta muzejima i državnim ulaganjima u kulturu. Zbog jake i statistički značajne korelacijske veze, s ciljem postizanja važećih i valjanih rezultata panel analize, navedene tri nezavisne varijable zasebno su se uvrštavale u modele pri testiranju druge hipoteze.

S obzirom da se u drugoj hipotezi testira veza između razvijenosti kulturnog sektora i razvijenosti turističkog sektora, a kao indikatori razvijenosti kulturnog sektora odabrane su varijable: zaposleni u kulturnom sektoru, broj posjeta muzejima i državna ulaganja u kulturu, u nastavku će se grafički prikazati kretanje navedenih varijabli.

Graf broj 7 prikazuje kretanje broja zaposlenih u kulturnom sektoru u razdoblju od 2011. do 2018. godine.

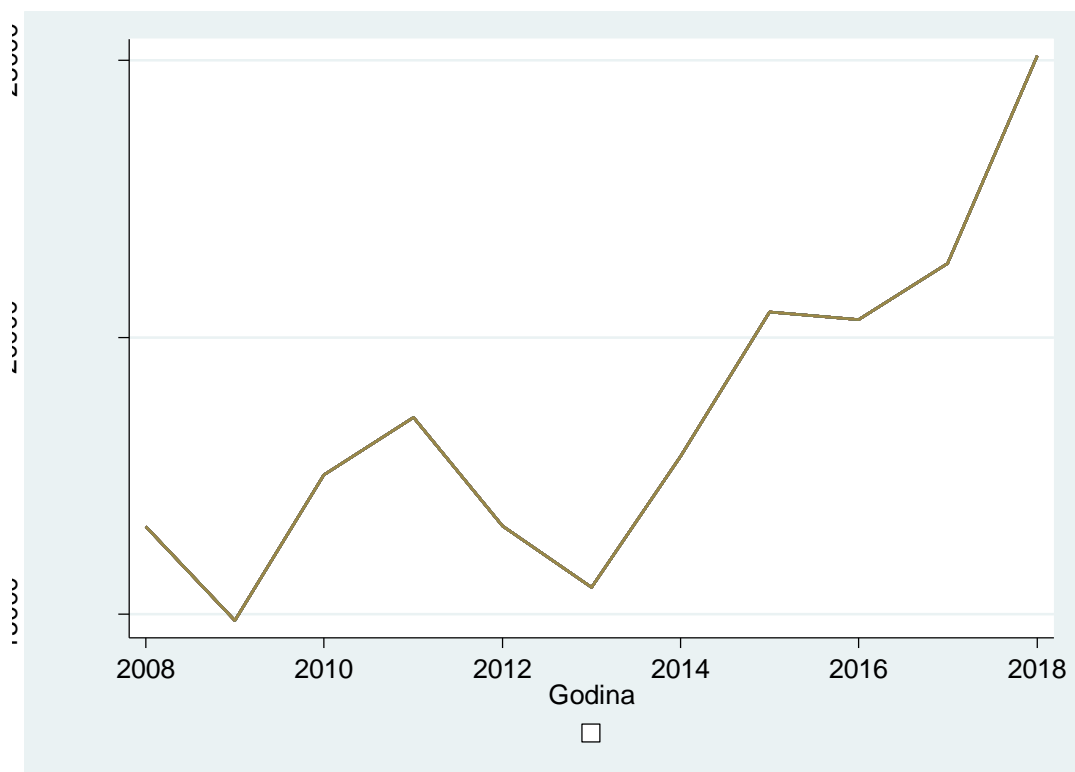


Graf 7: Zaposleni u kulturnom sektoru

Izvor: izrada autora

Na grafu 7 uočava se da krivulja ubrzano raste od 2011. do 2012. godine, nakon čega se zamjećuje blagi pad do 2013. godine. Nakon 2013. godine uočljiv je rast broja zaposlenih u kulturnom sektoru, koji se ubrzava nakon 2015. godine.

Graf broj 8 prikazuje kretanje broja posjeta muzejima u razdoblju od 2008. do 2018. godine.

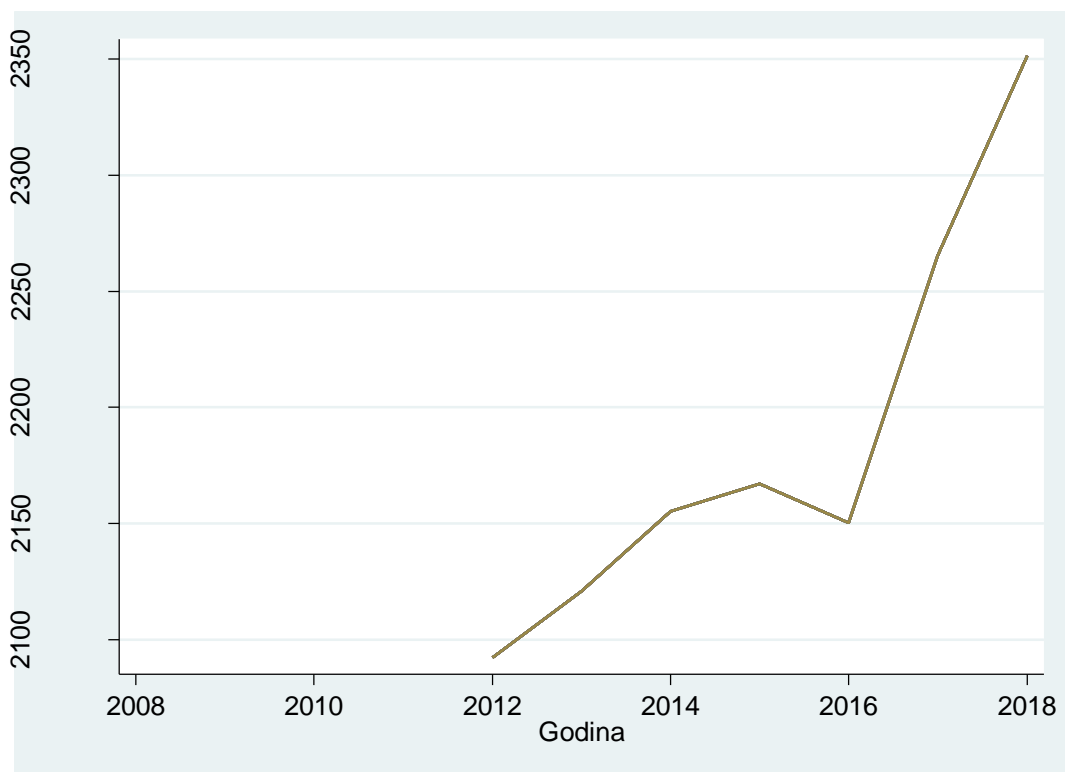


Graf 8: Broj posjeta muzejima

Izvor: izrada autora

Na grafu 8 vidljivo je da od 2008. do 2009. godine dolazi do pada broja posjeta muzejima, nakon čega nastupa rast koji svoj vrhunac postiže u 2011. godini. Od 2011. do 2013. ponovno se uočava pad broja posjeta muzejima nakon kojeg, uz malu oscilaciju 2015., krivulja neprekidno raste.

Graf broj 9 prikazuje državna ulaganja u kulturni sektor u razdoblju od 2012. do 2018..



Graf 9: Državna ulaganja u kulturni sektor

Izvor: izrada autora

Na grafu 9 vidljivo je da državna ulaganja u kulturni sektor stabilno rastu od 2012. do 2015. godine. U razdoblju od 2015. do 2016. zabilježen je manji pad iznosa državnih ulaganja u kulturni sektor, nakon čega do 2018. godine nastupa eksponencijalni rast ulaganja.

4.2 Karakteristike panel analize

Panel analiza postaje sve popularnija metoda analize podataka. Prema Škrabić Perić (2015) panel podatci pokazali su se efikasnijima u istraživanjima zbog istovremene analize vremenske i prostorne komponente odabranih pojava. Štoviše, panel podatci sadrže veći broj podataka od pripadajućih prostornih podataka ili pripadajućih vremenskih nizova. Procjene dobivene panel analizom preciznije su zbog mijenjanja zavisne varijable po jedinicama promatranja i po vremenu. Također, panel podatci umanjuju pristranost parametara koja se pojavljuje zbog nedostatka podataka. Upotrebom panel podataka umanjuje se i problem multikolinearnosti zbog toga što u slučaju snažne korelacije između dvije varijable iste jedinice promatranja, ta korelacija gubi značajnost odnosno nije izražena između jedinica drugih jedinica promatranja. Korištenjem panel podataka omogućava se definiranje i testiranje kompliciranijih ekonometrijskih modela, te mjerenje različitosti unutar jedinica promatranja. Nadalje, panel podatci pokazuju manju osjetljivost na netipične vrijednosti, takozvane „outliere“. Istraživanja pomoću panel analize na mikro razini pokazala su se točnijima od onih na makro razini. Za panel analizu bitna je homogenost panel podataka. Panel podatci smatraju se homogenima kada jedinice promatranja imaju zajednička svojstva. Ukoliko panel podatci nisu homogeni često se događa da niti jedna varijabla ne pokazuje statističku značajnost, odnosno panel analiza postaje nerelevantna. Panel podatke prema raspoloživosti podataka možemo podijeliti na balansirane i nebalansirane. Kada su za svaku jedinicu promatranja, u svakom razdoblju i za sve varijable dostupni potrebni podatci, tada govorimo o balansiranim podacima. Ukoliko za bilo koju jedinicu promatranja nedostaje podataka za neku varijablu u nekom razdoblju, tada govorimo o nebalansiranim podacima. Također, prema ovisnosti o zavisnoj varijabli, panel podatke možemo podijeliti na statičke i dinamičke. Glavna pretpostavka statičkih panel modela je ne postojanje autokorelacije, odnosno ovisnosti sadašnje vrijednosti odabrane varijable o njejoj prethodnoj vrijednosti. S obzirom da je većina ekonomskih pojava dinamičke prirodne, odnosno sadašnja vrijednost odabrane varijable ovisi o njenim prethodnim vrijednostima, u većini istraživanja, pa tako i u ovom diplomskom, radu koriste se dinamički panel podatci.

4.3 Testiranje ekonomskog modela

Unutar ovog djela rada prikazani su rezultati provedene panel analize. Pri odabiru procjenitelja u obzir su uzete karakteristike uzorka nad kojim se provodi analiza. Uzorka sadrži 27 jedinica promatranja, koje se promatraju kroz 11 razdoblja. S obzirom da se statistički značajnim pokazao utjecaj zavisne varijable s jednim vremenskim pomakom unatrag, pri procjeni se koristi dinamički panel model. Najprikladnijim procjeniteljem pokazao se Blundellov i Bondov procjenitelj u dva koraka s minimalnim brojem instrumenata. Naime, Blundellov i Bondov procjenitelj uklanja nedostatke Arellanov i Bondovog procjenitelja uključivanjem jednadžbe u razinama, te tako omogućava procjenu varijabli koje nisu ovisne u vremenu. Također je efikasniji i prokazuje bolja svojstva kod visokopersistentnih varijabli i u slučajevima kada je broj razdoblja promatranja, kao u ovom uzorku, malen.

U nastavku rada panel analizom testirat će se 20 modela, 8 u cilju ispitivanja prve hipoteze i 12 u cilju ispitivanja druge hipoteze.

Jednadžba prva četiri modela glasi:

$$1. \quad TS_{it} = \mu + \gamma TS_{i,t-1} + \beta_1 BDPPC_{it} + \beta_2 VO_{it} + \beta_3 PSONT_{it} + \beta_4 INF_{it} + \beta_5 KB_{it} + \alpha_i + \varepsilon_{it}; \\ i = 1, \dots, N, t = 1, \dots, T$$

Pri čemu je:

TS_{it} – jedna od varijabli indikatora razvijenosti turističkog sektora (prihodi od međunarodnog turizma, broj noćenja, ukupna turistička potrošnja i zaposleni u turizmu).

$BDPPC_{it}$ – bruto domaći proizvod po glavi stanovnika

VO_{it} - visoko obrazovanje (udio visokoobrazovanih u ukupnom stanovništvu ili omjer osoba koje su završile tercijarni stupanj obrazovanja s populacijom od 20 do 29 godina).

$PSONT_{it}$ – politička stabilnost i odsustvo nasilja i terorizma

INF_{it} - inflacija mjerena indeksom potrošačkih cijena

KB_{it} - broj resursa kulturne baštine uvrštenih na UNESCO Popis svjetske kulturne baštine

N – broj jedinica promatranja

T – broj razdoblja

μ - konstantni član

γ – procjenitelj sustava u dva koraka

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$ – parametri koje treba procijeniti

α_i – slučajni efekt

ε_{it} – greška relacije zemlje i u razdoblju t

Jednadžba druga četiri modela glasi:

$$2. \quad TS_{it} = \mu + \gamma TS_{i,t-1} + \beta_1 BDPPC_{it} + \beta_2 VO_{it} + \beta_3 PSONT_{it} + \beta_4 INF_{it} + \beta_5 PB_{it} + \alpha_i + \varepsilon_{it}; \\ i = 1, \dots, N, t = 1, \dots, T$$

Pri čemu se razlika od jednadžbe broj 1. ogleda u zamjeni nezavisne varijable KB_{it} s nezavisnom varijablom PB_{it} , odnosno brojem resursa prirodne baštine uvrštenih na UNESCO Popis svjetske prirodne baštine.

Jednadžba preostalih dvanaest modela glasi:

$$3. \quad TS_{it} = \mu + \gamma TS_{i,t-1} + \beta_1 BDPPC_{it} + \beta_2 VO_{it} + \beta_3 PSONT_{it} + \beta_4 INF_{it} + \beta_5 KS_{it} + \alpha_i + \varepsilon_{it}; \\ i = 1, \dots, N, t = 1, \dots, T$$

Treća jednadžba razlikuje se od prve dvije po uvođenju nezavisne varijable KS_{it} . Nezavisna varijabla KS_{it} predstavlja jednu od tri nezavisne varijable koje su odabrane kao indikatori razvijenosti kulturnog sektora (zaposleni u kulturnom sektoru, broj posjeta muzejima i državna ulaganja u kulturni sektor).

U tablici 6 prikazani su rezultati panel analize za prva četiri modela. U prva četiri modela ispitivao se utjecaj broja resursa kulturne baštine, uvrštenih na UNESCO Popis svjetske kulturne baštine, na indikatore razvijenosti turizma. Također, Sarganovim testom testirana je i valjanost instrumenata odabranih za procjenu modela. Sarganov test je test za preidentifikaciju ograničenja u kojem se uvođenjem svake nove varijable dodaje novi uvjet (ograničenje) koji mora biti zadovoljen.

Nultom hipotezom Sarganovog testa pretpostavlja se da su odabrane varijable nekorelirane s rezidualima. U slučaju prihvatanja nulte hipoteze zaključuje se kako su odabrani instrumenti valjani. U suprotnom slučaju u modelu postoji problem endogenosti. Nadalje, u empirijskim istraživanjima provode se i dva dijagnostička testa o autokorelaciji među prvim diferencijama rezidualnih odstupanja, m_1 i m_2 test. Nulta hipoteza m_1 testa pretpostavlja ne postojanje autokorelacije prvog reda među prvim diferencijama reziduala, a nulta hipoteza m_2 testa pretpostavlja nepostojanje autokorelacije drugog reda među prvim diferencijama reziduala. S obzirom da se među prvim diferencijama reziduala očekuje postojanje autokorelacije prvog reda, rezultati testa s njenim postojanjem najčešće se zanemaruju. Međutim, postojanje korelacije drugog ili višeg reda pokazuju probleme pri specifikaciji modela, odnosno pokazuju da neki od uvjeta na momente nisu zadovoljeni. Dakle, uz postojanje autokorelacije prvog reda među prvim diferencijama reziduala procjene parametara su konzistentne, a ako postoji korelacija drugog reda među prvim diferencijama reziduala procjene parametara su nekonzistentne. Rezultati Sarganovog testa za prva četiri modela prikazani su u tablici 7.

Tablica 6: Utjecaj resursa kulturne baštine na razvoj turizma

	(Model 1) PMTmilijun	(Model 2) D.BN1	(Model 3) D.UTP1	(Model 4) ZUT
L.PMTmilijun	0.646*** (0.0511)			
BDPPC	0.215*** (0.0737)	34.59*** (10.37)	78.70*** (7.273)	-0.0125*** (0.00261)
VO	247.0** (121.2)	159550.3*** (53548.7)		
PSONT	3127.2*** (1144.0)	2553981.7*** (542785.3)	-210769.3 (528285.8)	380.8*** (67.62)
INF	592.9*** (45.00)	-382755.6*** (42838.8)	476376.6*** (87981.7)	-10.18*** (3.620)
KB	381.9*** (48.46)	147852.3*** (23449.5)	159417.9*** (23981.3)	24.26*** (4.959)
LD.BN1		0.113*** (0.00571)		
LD.UTP1			0.108*** (0.00795)	
VO1			390355.4*** (19096.1)	41.96*** (2.349)
L.ZUT				0.995*** (0.00390)
_cons	-13321.0*** (3467.4)	-5535719.0*** (926401.1)	-12185396.5*** (770641.2)	-1017.4*** (57.96)
<i>N</i>	155	152	86	96
<i>R</i> ²				

Standard errors in parentheses

* $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$

Izvor: izrada autora

Tablica 7: Rezultati Sarganovog i AB testa za modele 1 - 4

Test	Model 1		Model 2		Model 3		Model 4	
Sargan	chi2(12)	18.04921	chi2(12)	17.80163	chi2(12)	13.83283	Chi2(15)	13.24819
	Prob > chi2	0.1142	Prob > chi2	0.1218	Prob > chi2	0.3115	Prob > chi2	0.5831
AB	z	Prob>z	z	Prob>z	z	Prob>z	z	Prob>z
1	-3.4082	0.0007	-1.7018	0.0888	-1.3577	0.1746	-.86053	0.3895
2	-1.1865	0.2354	-1.0064	0.3142	-1.312	0.1895	-.74793	0.4545

Izvor: izrada autora

Rezultati prvog modela prikazani su u prvom stupcu tablice 6. Temeljem dobivenih rezultata može se zaključiti da pri razini signifikantnosti od 1% nezavisne varijable: lagirani prihodi od međunarodnog turizma, BDP po glavi stanovnika, politička stabilnost i odsustvo nasilja i terorizma, inflacija te broj resursa kulturne baštine uvrštenih na UNESCO Popis svjetske kulturne baštine djeluju pozitivno na prihode od međunarodnog turizma. Varijabla visoko obrazovanje također je pozitivnog predznaka, te je značajna pri razini signifikantnosti od 5%. Prvi stupac tablice 7 prikazuje rezultate Sarganovog i Arellano – Bondovog testa za prvi model. Na temelju prikazanih rezultata možemo zaključiti kako su sve odabrane varijable valjane, u modelu ne postoji problem endogenosti, te su sve procjene parametara konzistentne.

Rezultati drugog modela prikazani su u drugom stupcu tablice 6. Temeljem dobivenih rezultata može se zaključiti da pri razini signifikantnosti od 1% nezavisne varijable: lagirani broj noćenja, BDP po glavi stanovnika, visoko obrazovanje, politička stabilnost i odsustvo nasilja i terorizma, inflacija te broj resursa kulturne baštine uvrštenih na UNESCO Popis svjetske kulturne baštine djeluju pozitivno na broj ostvarenih noćenja u hotelskom i ostalom turističkom smještaju. Nezavisne varijable, osim inflacije, djeluju pozitivno na broj noćenja u hotelskom i ostalom turističkom smještaju. Veza između inflacije i ostvarenog broja noćenja u hotelskom i ostalom turističkom smještaju je negativna. I ovaj model testiran je Sarganovim i Arellano – Bondovim testom čiji su rezultati prikazani u drugom stupcu tablice 7. Na temelju prikazanih rezultata možemo zaključiti kako su sve odabrane varijable valjane, u modelu ne postoji problem endogenosti, te su sve procjene parametara konzistentne.

Treći model testira utjecaj nezavisnih varijabli na ukupnu turističku potrošnju. Rezultati provedene panel analize za treći model prikazani su u trećem stupcu tablice 6. Dobiveni rezultati pokazuju da pri razini signifikantnosti od 1% nezavisne varijable: lagirani ukupna turistička potrošnja, BDP po glavi stanovnika, visoko obrazovanje, inflacija te broj resursa kulturne baštine uvrštenih na UNESCO Popis svjetske kulturne baštine djeluju pozitivno na ukupnu turističku potrošnju. Rezultati Sarganovog i Arellano – Bond testa prikazani su u trećem stupcu tablice 7., te temeljem njih može se zaključiti kako su sve odabrane varijable valjane, u modelu ne postoji problem endogenosti, te su sve procjene parametara konzistentne.

Četvrti model testira utjecaj nezavisnih varijabli na zaposlenost u turizmu. Rezultati provedene panel analize nalaze se u četvrtom stupcu tablice 6. Dobiveni rezultati pokazuju da pri razini signifikantnosti od 1% nezavisne varijable: lagirani zaposleni u turizmu, visoko obrazovanje, politička stabilnost i odsustvo nasilja i terorizma, te broj resursa kulturne baštine uvrštenih na UNESCO Popis svjetske kulturne baštine djeluju pozitivno na ukupnu turističku potrošnju. Također, pri razini signifikantnosti od 1% BDP po glavi stanovnika i inflacija djeluju negativno na zaposlenost u turizmu. Rezultati Sarganovog i Arellano – Bond testa prikazani u četvrtom stupcu tablice 7. Na temelju prikazanih rezultata možemo zaključiti kako su sve odabrane varijable valjane, u modelu ne postoji problem endogenosti, te su sve procjene parametara konzistentne.

Tablica 8 prikazuje rezultate panel analize za druga četiri modela. U modelima 5, 6, 7 i 8 ispitivao se utjecaj broja resursa prirodne baštine, uvrštenih na UNESCO Popis svjetske prirodne baštine, na indikatore razvijenosti turizma. Rezultati Sarganovog i Arellano – Bondovog testa za druga četiri modela prikazani su u tablici 9.

Tablica 8: Utjecaj resursa prirodne baštine na razvoj turizma

	(Model 5) PMTmilijun	(Model 6) D.BN1	(Model 7) D.UTP1	(Model 8) ZUT
L.PMTmilijun	0.732*** (0.0642)			
BDPPC	0.179** (0.0782)	115.8*** (18.85)	146.2*** (22.00)	-0.00564*** (0.000431)
VO	227.2 (150.3)	169991.5*** (37852.9)		
PSONT	1000.0 (1226.8)	973194.6* (526346.8)	730035.3 (770429.8)	159.0*** (27.51)
INF	528.0*** (46.55)	-398060.3*** (66378.7)	237354.4 (167518.4)	-24.23*** (4.470)
PB	2727.7*** (675.7)	-261392.4 (251137.1)	956902.1* (524232.8)	29.74*** (8.896)
LD.BN1		0.128*** (0.00895)		
LD.UTP1			0.0760*** (0.00629)	
VO1			329563.3*** (82999.8)	25.91*** (1.826)
L.ZUT				1.015*** (0.00115)
_cons	-11347.2*** (4081.0)	-5085009.8*** (855939.8)	-13033458.9*** (1172918.7)	-587.4*** (36.49)
<i>N</i>	155	152	86	96
<i>R</i> ²				

Standard errors in parentheses

* $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$

Izvor: izrada autora

Tablica 9: Rezultati Sarganovog i AB testa za modele 5 - 8

Test	Model 5		Model 6		Model 7		Model 8	
Sargan	chi2(12)	15.48333	chi2(12)	15.27658	chi2(11)	14.15558	Chi2(14)	11.75188
	Prob > chi2	0.2161	Prob > chi2	0.2267	Prob > chi2	0.2245	Prob > chi2	0.6262
AB	z	Prob>z	z	Prob>z	z	Prob>z	z	Prob>z
1	-2.7497	0.0060	-1.6765	0.0936	-1.1303	0.2584	-.07393	0.9411
2	-1.1917	0.2334	-.94857	0.3428	-1.3551	0.1754	-1.4173	0.1564

Izvor: izrada autora

Rezultati petog modela prikazani su u prvom stupcu tablice 8. Temeljem dobivenih rezultata može se zaključiti da pri razini signifikantnosti od 1% nezavisne varijable: lagirani prihodi od međunarodnog turizma, inflacija i broj resursa prirodne baštine uvrštenih na UNESCO Popis svjetske prirodne baštine djeluju pozitivno na prihode od međunarodnog turizma. Također, pri razini signifikantnosti od 5% pozitivnu vezu s prihodima od međunarodnog turizma pokazuje i BDP po glavi stanovnika. Peti model testiran je Sarganovim i Arellano – Bondovim testom čiji su rezultati prikazani u prvom stupcu tablice 9. Na temelju prikazanih rezultata možemo zaključiti kako su sve odabrane varijable valjane, u modelu ne postoji problem endogenosti, te su sve procjene parametara konzistentne.

Rezultati šestog modela mogu se pratiti u stupcu dva tablice 8. Temeljem dobivenih rezultata može se zaključiti da pri razini signifikantnosti od 1% nezavisne varijable: lagirani broj noćenja u hotelskom i ostalom turističkom smještaju, BDP po glavi stanovnika i visoko obrazovanje djeluju pozitivno na broj noćenja u hotelskom i ostalom turističkom smještaju. Nadalje, pri razini signifikantnosti od 1% pokazuje se da inflacija djeluje negativno na broj noćenja, dok pri razini signifikantnosti od 10% pozitivno djeluje politička stabilnost i odsustvo nasilja i terorizma. Rezultati Sarganovog i Arellano – Bondovog testa za šesti model prikazani su u drugom stupcu tablice 9. Na temelju prikazanih rezultata možemo zaključiti kako su sve odabrane varijable valjane, u modelu ne postoji problem endogenosti, te su sve procjene parametara konzistentne.

Rezultati sedmog modela prikazani su u stupcu tri tablice 8. Temeljem dobivenih rezultata može se zaključiti da pri razini signifikantnosti od 1% nezavisne varijable: lagirana ukupna turistička potrošnja, BDP po glavi stanovnika i visoko obrazovanje pozitivno djeluju na ukupnu turističku potrošnju. Nadalje, pri razini signifikantnosti od 10% pozitivno djelovanje na ukupnu turističku potrošnju pokazuje i broj resursa prirodne baštine uvrštenih na UNESCO Popis svjetske prirodne baštine. Rezultati Sarganovog i Arellano – Bondovog testa za sedmi model prikazani su u trećem stupcu tablice 9. Na temelju prikazanih rezultata možemo zaključiti kako su sve odabrane varijable valjane, u modelu ne postoji problem endogenosti, te su sve procjene parametara konzistentne.

Osmi model testira utjecaj nezavisnih varijabli na zaposlenost u turizmu, a rezultati panel analize prikazani su u stupcu četiri tablice 8. Temeljem dobivenih rezultata može se zaključiti da pri razini signifikantnosti od 1% nezavisne varijable: lagirani zaposleni u turizmu, visoko obrazovanje, politička stabilnost i odsustvo nasilja i terorizma, te broj resursa prirodne baštine uvrštenih na

UNESCO Popis svjetske prirodne baštine pozitivno utječu na zaposlenost u turizmu, dok BDP po glavi stanovnika i inflacija utječu negativno. Rezultati Sarganovog i Arellano – Bondovog testa za sedmi model prikazani su u četvrtom stupcu tablice 9. Na temelju prikazanih rezultata možemo zaključiti kako su sve odabrane varijable valjane, u modelu ne postoji problem endogenosti, te su sve procjene parametara konzistentne.

U modelima 9 do 20 testira se utjecaj zaposlenosti u kulturnom sektoru, broja posjeta muzejima i državnih ulaganja u kulturu na indikatore razvijenosti turističkog sektora. Rezultati panel nalalaze 9., 10., i 11. modela prikazani su u tablici 10, a rezultati Sarganovog i Arellano – Bondovog testa za navedene modele prikazani su u tablici 11.

Tablica 10: Utjecaj zaposlenosti u kulturi, broja posjeta muzejima i državnih ulaganja u kulturu na prihode od međunarodnog turizma

	(Model 9) PMTmilijun	(Model 10) PMTmilijun	(Model 11) PMTmilijun
L.PMTmilijun	0.679*** (0.0426)	0.843*** (0.0272)	0.779*** (0.0694)
BDPPC	0.269*** (0.0758)	0.292*** (0.0144)	0.322*** (0.0902)
VO	247.5** (118.8)	377.4*** (70.68)	342.9*** (109.7)
PSONT	363.1 (1062.8)	-1033.5 (868.2)	1085.3 (1276.1)
INF	573.5*** (64.84)	149.8** (60.69)	404.3*** (95.52)
ZUK	10.97*** (1.643)		
BPM1		-0.0000472*** (0.00000574)	
DUK			0.0274 (0.287)
_cons	-12653.5*** (2985.7)	-11267.9*** (1496.3)	-14313.5*** (3600.4)
<i>N</i>	155	109	155
<i>R</i> ²			

Standard errors in parentheses

* $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$

Izvor: izrada autora

Tablica 11: Rezultati Sarganovog i AB testa za modele 9 - 11

Test	Model 9		Model 10		Model 11	
Sargan	chi2(12)	16.65744	chi2(12)	10.77	chi2(12)	17.9563
	Prob > chi2	0.1629	Prob > chi2	0.5487	Prob > chi2	0.1170
AB	z	Prob>z	z	Prob>z	z	Prob>z
1	-2.2057	0.0274	-1.6743	0.0941	-2.3311	0.0197
2	-1.1898	0.2341	-1.1172	0.2639	-1.2819	0.1999

Izvor: izrada autora

Temeljem rezultata prikazanih u prvom stupcu tablice 10 može se zaključiti da pri razini signifikantnosti od 1% nezavisne varijable: lagirani prihodi od međunarodnog turizma, BDP po glavi stanovnika, visoko obrazovanje, inflacija i zaposleni u kulturi djeluju pozitivno na prihode od međunarodnog turizma. Deveti model testiran je Sarganovim i Arellano – Bondovim testom čiji su rezultati prikazani u prvom stupcu tablice 11. Na temelju prikazanih rezultata možemo zaključiti kako su sve odabrane varijable valjane, u modelu ne postoji problem endogenosti, te su sve procjene parametara konzistentne.

Nadalje, rezultati desetog modela prikazani su u drugom stupcu tablice 10. Temeljem dobivenih rezultata može se zaključiti da pri razini signifikantnosti od 1% nezavisne varijable: lagirani prihodi od međunarodnog turizma, BDP po glavi stanovnika i visoko obrazovanje djeluju pozitivno na prihode od međunarodnog turizma, dok broj posjeta muzejima djeluje negativno. Također, pokazalo se i da pri razini signifikantnosti od 5% inflacija djeluje pozitivno na prihode od međunarodnog turizma. Deseti model testiran je Sarganovim i Arellano – Bondovim testom čiji su rezultati prikazani u drugom stupcu tablice 11. Na temelju prikazanih rezultata možemo zaključiti kako su sve odabrane varijable valjane, u modelu ne postoji problem endogenosti, te su sve procjene parametara konzistentne.

Rezultati jedanaestog modela ispisani su u trećem stupcu tablice 10. Temeljem dobivenih rezultata može se zaključiti da pri razini signifikantnosti od 1% nezavisne varijable: lagirani prihodi od međunarodnog turizma, BDP po glavi stanovnika, visoko obrazovanje i inflacija djeluju pozitivno na prihode od međunarodnog turizma. Državna ulaganja u kulturni sektor nisu se pokazala statistički značajnima. Rezultati Sarganovog i Arellano – Bondovog testa prikazani su u trećem stupcu tablice 11. Na temelju prikazanih rezultata možemo zaključiti kako su sve odabrane varijable valjane, u modelu ne postoji problem endogenosti, te su sve procjene parametara konzistentne.

Tablica 12 prikazuje rezultati panel analize 12., 13., i 14. modela, a rezultati Sarganovog i Arellano – Bondovog testa za navedene modele prikazani su u tablici 13.

Tablica 12: Utjecaj zaposlenosti u kulturi, broja posjeta muzejima i državnih ulaganja u kulturu na broj noćenja

	(Model 12) D.BN1	(Model 13) D.BN1	(Model 14) D.BN1
LD.BN1	0.131*** (0.00603)	0.0365*** (0.00585)	0.121*** (0.00780)
BDPPC	68.80*** (8.923)	98.84*** (8.687)	89.57*** (10.62)
VO	163298.9*** (49581.9)	170531.6*** (38112.3)	160752.0*** (29445.7)
PSONT	1862252.3*** (438434.0)	17301.6 (294656.8)	1024942.4** (413123.8)
INF	-349289.7*** (49378.5)	-154762.2*** (45215.1)	-345197.7*** (70650.4)
ZUK	4580.3*** (664.4)		
BPM1		-0.00405 (0.00338)	
DUK			84.29*** (21.16)
_cons	-5470761.6*** (1103589.1)	-3584797.5*** (627351.4)	-4500736.9*** (915951.3)
<i>N</i>	152	109	152
<i>R</i> ²			

Standard errors in parentheses

* $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$

Izvor: izrada autora

Tablica 13: Rezultati Sarganovog i AB testa za modele 12 - 14

Test	Model 12		Model 13		Model 14	
Sargan	chi2(12)	14.39626	chi2(12)	13.66257	chi2(12)	14.17174
	Prob > chi2	0.2761	Prob > chi2	0.3228	Prob > chi2	0.2899
AB	z	Prob>z	z	Prob>z	z	Prob>z
1	-1.6833	0.0923	-1.9568	0.0504	-1.6685	0.0952
2	-.97105	0.3315	-.40147	0.6881	-.96919	0.3325

Izvor: izrada autora

Rezultati dvanaestog modela prikazani su u prvom stupcu tablice 12. Temeljem dobivenih rezultata može se zaključiti da pri razini signifikantnosti od 1% sve nezavisne varijable djeluju pozitivno i statistički značajno na broj noćenja u hotelskom i drugom turističkom smještaju. Također, dvanaesti model testiran je Sarganovim i Arellano – Bondovim testom čiji su rezultati prikazani u prvom stupcu tablice 13. Na temelju prikazanih rezultata možemo zaključiti kako su sve odabrane varijable valjane, u modelu ne postoji problem endogenosti, te su sve procjene parametara konzistentne.

Rezultati panel analize za trinaesti model prikazani su u drugom stupcu tablice 12. Temeljem dobivenih rezultata može se zaključiti da pri razini signifikantnosti od 1% nezavisne varijable: lagirani broj noćenja u hotelskom i ostalom turističkom smještaju, BDP po glavi stanovnika i visoko obrazovanje djeluju pozitivno i statistički značajno na broj noćenja u hotelskom i drugom turističkom smještaju, dok inflacija pri istoj razini signifikantnosti djeluje negativno. Broj posjeta muzejima ne utječe statistički značajno na broj noćenja. Rezultati Sarganovog i Arellano – Bondovog testa za trinaesti model prikazani su u drugom stupcu tablice 13. Temeljem prikazanih rezultata možemo zaključiti kako su sve odabrane varijable valjane, u modelu ne postoji problem endogenosti, te su sve procjene parametara konzistentne.

U trećem stupcu tablice 12. prikazani su rezultati četrnaestog modela. Dobiveni rezultati ukazuju na to da pri razini signifikantnosti od 1% nezavisne varijable: lagirani broj noćenja u hotelskom i ostalom turističkom smještaju, BDP po glavi stanovnika i državna ulaganja u kulturni sektor djeluju pozitivno i statistički značajno na broj noćenja u hotelskom i drugom turističkom smještaju, dok inflacija pri istoj razini signifikantnosti djeluje negativno. Štoviše, pozitivan utjecaj na broj noćenja pokazuje i politička stabilnost i odsustvo nasilja i terorizma, pri razini signifikantnosti od 5%. Rezultati Sarganovog i Arellano – Bondovog testa za četrnaesti model prikazani su u trećem stupcu tablice 13. Temeljem prikazanih rezultata možemo zaključiti kako su sve odabrane varijable valjane, u modelu ne postoji problem endogenosti, te su sve procjene parametara konzistentne.

Rezultati panel analize 15., 16., i 17. modela prikazani su u tablici 14. Tablica 15. prikazuje rezultate Sarganovog i Arellano Bondovog testa za 15., 16. i 17. model.

Tablica 14: Utjecaj zaposlenosti u kulturi, broja posjeta muzejima i državnih ulaganja u kulturu na ukupnu turističku potrošnju

	(Model 15) D.UTP1	(Model 16) D.UTP1	(Model 17) D.UTP1
LD.UTP1	0.0940*** (0.00471)	0.636*** (0.0224)	0.0770*** (0.0104)
BDPPC	67.81*** (5.921)	-115.9** (45.49)	8.653 (14.32)
VO	400150.4*** (35860.9)	-377538.1 (272188.6)	498596.5*** (68512.4)
PSONT	-1221642.0*** (326873.2)	1706214.9 (1885435.5)	915539.0 (585299.6)
INF	551587.2*** (82738.2)	488670.2 (330512.5)	328851.0*** (83098.7)
ZUK	4198.1*** (561.0)		
BPM1		0.166*** (0.00977)	
DUK			684.2*** (73.15)
_cons	-10646549.9*** (407411.4)	8191600.7 (6639767.6)	-12646518.5*** (2141436.3)
<i>N</i>	86	60	82
<i>R</i> ²			

Standard errors in parentheses

* $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$

Izvor: izrada autora

Tablica 15: Rezultati Sarganovog i AB testa za modele 15 - 17

Test	Model 15		Model 16		Model 17	
Sargan	chi2(12)	13.93813	chi2(12)	9.292138	chi2(11)	10.6256
	Prob > chi2	0.3047	Prob > chi2	0.6778	Prob > chi2	0.4751
AB	z	Prob>z	z	Prob>z	z	Prob>z
1	-1.2485	0.2118	-1.2644	0.2061	-1.1839	0.2364
2	-1.3326	0.1826	-.89946	0.3684	-1.2708	0.2038

Izvor: izrada autora

U prvom stupcu tablice 14. prikazani su rezultati petnaestog modela. Dobiveni rezultati ukazuju na to da pri razini signifikantnosti od 1% nezavisne varijable: lagirana ukupna turistička potrošnja, BDP po glavi stanovnika, visoko obrazovanje, inflacija i zaposlenost u kulturi djeluju pozitivno i statistički značajno na ukupnu turističku potrošnju, dok politička stabilnost i odsustvo nasilja i terorizma pri istoj razini signifikantnosti djeluje negativno. Rezultati Sarganovog i Arellano – Bondovog testa za petnaesti model prikazani su u prvom stupcu tablice 15. Temeljem prikazanih rezultata možemo zaključiti kako su sve odabrane varijable valjane, u modelu ne postoji problem endogenosti, te su sve procjene parametara konzistentne.

U drugom stupcu tablice 14. prikazani su rezultati šesnaestog modela. Dobiveni rezultati ukazuju na to da pri razini signifikantnosti od 1% nezavisne varijable: lagirana ukupna turistička potrošnja i broj posjeta muzejima djeluju pozitivno i statistički značajno na ukupnu turističku potrošnju. Pri razini signifikantnosti od 5% značajnom se pokazala i varijabla BDP po glavi stanovnika koja djeluje negativno na ukupnu turističku potrošnju. Rezultati Sarganovog i Arellano – Bondovog testa za šesnaesti model prikazani su u drugom stupcu tablice 15. Temeljem prikazanih rezultata možemo zaključiti kako su sve odabrane varijable valjane, u modelu ne postoji problem endogenosti, te su sve procjene parametara konzistentne.

U trećem stupcu tablice 14. prikazani su rezultati sedamnaestog modela. Dobiveni rezultati ukazuju na to da pri razini signifikantnosti od 1% nezavisne varijable: lagirana ukupna turistička potrošnja, visoko obrazovanja, inflacija i državna ulaganja u kulturni sektor djeluju pozitivno i statistički značajno na ukupnu turističku potrošnju. Rezultati Sarganovog i Arellano – Bondovog testa za šesnaesti model prikazani su u trećem stupcu tablice 15. Temeljem prikazanih rezultata možemo zaključiti kako su sve odabrane varijable valjane, u modelu ne postoji problem endogenosti, te su sve procjene parametara konzistentne.

Rezultati panel analize posljednja tri modela prikazani su u tablici 16, a pripadajući rezultati Sarganovog i Arellano – Bondovog testa u tablici 17.

Tablica 16: Utjecaj zaposlenosti u kulturi, broja posjeta muzejima i državnih ulaganja u kulturu na zaposlenost u turizmu

	(Model 18) D.ZUT	(Model 19) D.ZUT	(Model 20) D.ZUT
LD.ZUT	0.461*** (0.0228)	0.131 (0.111)	0.365*** (0.0247)
BDPPC	-0.00236*** (0.000579)	0.00800*** (0.00210)	-0.00252*** (0.000597)
VO	12.55*** (2.966)	36.52*** (9.083)	15.68*** (3.148)
PSONT	-31.86*** (8.524)	-201.3** (84.04)	-1.088 (11.58)
INF	-9.263*** (1.156)	3.844 (9.167)	-15.13*** (1.414)
ZUK	0.0618*** (0.0138)		
BPM1		-0.00000106 (0.000000922)	
DUK			0.00660*** (0.00145)
_cons	-148.6*** (40.69)	-841.8*** (210.8)	-228.4*** (43.20)
<i>N</i>	94	64	90
<i>R</i> ²			

Standard errors in parentheses

* $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$

Izvor: izrada autora

Tablica 17: Rezultati Sarganovog i AB testa za modele 18 - 20

Test	Model 18		Model 19		Model 20	
Sargan	chi2(13)	11.14833	chi2(13)	10.14539	chi2(12)	11.61581
	Prob > chi2	0.5984	Prob > chi2	0.6820	Prob > chi2	0.4770
AB	z	Prob>z	z	Prob>z	z	Prob>z
1	-1.2101	0.2262	-.50346	0.6146	-1.1484	0.2508
2	-1.559	0.1190	-.49344	0.6217	-1.5682	0.1168

Izvor: izrada autora

Prvi stupac tablice 16 prikazuje rezultate osamnaestog modela. Dobiveni rezultati pokazuju da pri razini signifikantnosti od 1% nezavisne varijable: lagirana zaposlenost u turizmu, visoko obrazovanje i zaposlenost u kulturi djeluju pozitivno i statistički značajno na zaposlenost u turizmu, dok BDP po glavi stanovnika, politička stabilnost i odsustvo nasilja i terorizma, te inflacija djeluju negativno. Rezultati Sarganovog i Arellano – Bondovog testa za šesnaesti model prikazani su u prvom stupcu tablice 17 . Temeljem prikazanih rezultata možemo zaključiti kako su sve odabrane varijable valjane, u modelu ne postoji problem endogenosti, te su sve procjene parametara konzistentne.

Drugi stupac tablice 16 prikazuje rezultate devetnaestog modela. Dobiveni rezultati pokazuju da pri razini signifikantnosti od 1% BDP po glavi stanovnika i visoko obrazovanje djeluju pozitivno i statistički značajno na zaposlenost u turizmu. Također, pri razini signifikantnosti od 5% potvrđena je negativna veza između političke stabilnosti i odsustvo nasilja i terorizma i zaposlenosti u turizmu. Rezultati Sarganovog i Arellano – Bondovog testa za sedamnaesti model prikazani su u drugom stupcu tablice 17 . Temeljem prikazanih rezultata možemo zaključiti kako su sve odabrane varijable valjane, u modelu ne postoji problem endogenosti, te su sve procjene parametara konzistentne.

Naposljetku, treći stupac tablice 16 prikazuje rezultate dvadesetog modela. Dobiveni rezultati pokazuju da pri razini signifikantnosti od 1% lagirana zaposlenost u turizmu, visoko obrazovanje i državna ulaganja u kulturni sektor djeluju pozitivno i statistički značajno na zaposlenost u turizmu. Također, pri razini signifikantnosti od 1% potvrđena je negativna veza između BDP po glavi stanovnika i inflacije na zaposlenosti u turizmu. Rezultati Sarganovog i Arellano – Bondovog testa za sedamnaesti model prikazani su u trećem stupcu tablice 17 . Temeljem prikazanih rezultata možemo zaključiti kako su sve odabrane varijable valjane, u modelu ne postoji problem endogenosti, te su sve procjene parametara konzistentne.

4.4 Analiza rezultata i osvrt na hipoteze

Panel analize modela provedene su u cilju prihvaćanja ili odbijanja istraživačkih hipoteza. Prva istraživačka hipoteza pretpostavlja da broj resursa kulturne i prirodne baštine na UNESCO Popisima svjetske baštine utječe na razvoj turističkog sektora. U cilju ispitivanja prve hipoteze formirano je i analizirano osam modela, čiji su rezultati prethodno prikazani u tablicama broj 6 i 8. Smjer utjecaja statistički značajnih veza između nezavisnih i zavisnih varijabli za svih osam modela prikazan je u tablici 18.

Tablica 18: Smjer utjecaja statistički značajnih veza između nezavisnih i zavisnih varijabli za modele od 1 do 8

	Utjecaj resursa kulturne baštine				Utjecaj resursa prirodne baštine			
	PMT	BN	UTP	ZUT	PMT	BN	UTP	ZUT
Br. modela	1	2	3	4	5	6	7	8
L.PMT	+				+			
L.BN		+				+		
L.UTP			+				+	
L.ZUT				+				+
BDPPC	+	+	+	-	+	+	+	-
VO	+	+	+	+		+	+	+
PSONT	+	+		+		+		+
INF	+	-	+	-	+	-		-
KB	+	+	+	+				
PB					+		+	+

Izvor: izrada autora

Temeljem rezultata prikazanih u tablici 18. definitivno se može zaključiti da je opravdana upotreba dinamičkih panel modela pri procjenama, s obzirom da su se vrijednosti svih zavisnih varijabli iz prethodnog razdoblja pokazale statistički značajnima s pozitivnim utjecajem na sadašnju vrijednost zavisnih varijabli. Nadalje, tablica 18 prikazuje statističku značajnost utjecaja kontrolnih varijabli: BDP po glavi stanovnika, visoko obrazovanje te politička stabilnost i odsustvo nasilja i terorizma s varijablama odabranim kao indikatorima razvijenosti turističkog sektora.

Prva kontrolna varijabla, BDP po glavi stanovnika, sukladno očekivanjima pokazala je statistički značajan i pozitivan utjecaj na prihode od međunarodnog turizma, ostvareni broj noćenja u hotelskom i ostalom turističkom smještaju kao i na ukupnu turističku potrošnju.

Nadalje, rezultati panel analize ukazuju na negativnu i statistički značajna vezu između BDP – a po glavi stanovnika i zaposlenosti u turističkom sektoru. Ovakav rezultat nije iznenađujuć ako se u obzir uzme da je udio turističkog sektora u ukupnoj ekonomiji razvijenih zemalja manji u odnosu na njegov udio u ekonomski slabije razvijenim zemljama. Udio prihoda od turizma u ukupnom BDP – u zemlje jedan je od pokazatelja važnosti turističkog sektora za ukupno gospodarstvo. Slika 2 prikazuje odnos deviznih prihoda od turizma i BDP – a zemalja članica EU u 2015. godini.

DEVIZNI PRIHOD OD TURIZMA I BDP ZEMALJA EU

	Devizni prihod od turizma 2015., u mlrd. USD	BDP 2015. u mlrd. USD	Devizni u odnosu na BDP, u %
Danska	6,6	295,1	2,2
Finska	2,8	232,1	1,2
Irska	4,8	283,7	1,7
Švedska	12,2	493,0	2,5
UK	45,5	2.858,5	1,6
Austrija	18,3	374,3	4,9
Belgija	11,7	454,3	2,6
Francuska	45,9	2.420,2	1,9
Njemačka	36,9	3.365,3	1,1
Luksemburg	4,2	57,8	7,2
Nizozemska	13,2	750,7	1,8
Bugarska	3,1	49,0	6,4
Češka	6,0	185,2	3,3
Estonija	1,5	22,7	6,6
Mađarska	5,3	120,6	4,4
Latvija	0,9	27,0	3,3
Litva	1,1	41,2	2,8
Poljska	9,7	474,8	2,0
Rumunjska	1,7	178,0	1,0
Slovačka	2,4	86,6	2,7
Hrvatska	8,8	48,9	18,1
Cipar	2,5	19,3	12,8
Grčka	15,7	195,3	8,0
Italija	39,4	1.815,8	2,2
Malta	1,4	9,8	14,0
Portugal	12,6	199,0	6,3
Slovenija	2,5	42,8	5,9
Španjolska	56,5	1.199,7	4,7
EU	373,4	16.300,4	2,3

Izvor: UNWTO, MMF; obrada: HGK

Slika 2: Udio deviznih prihoda od turizma u BDP - u članica EU 2015. godine

Izvor: hrturizam.hr; prema HGK, dostupno na: <https://hrturizam.hr/hrvatska-ima-najveci-udio-turizma-u-bdp-u-u-europi-cak-1801-posto/>

Sukladno slici 2 možemo zaključiti kako je udio turističkog sektora u ukupnom gospodarstvu zemalja s višim BDP – om po glavi stanovnika manji, što znači da su ostali sektori gospodarstva razvijeniji. Posljedično je i broj zaposlenih u turizmu manji od broja zaposlenih u drugim sektorima gospodarstva.

Rezultati panel analize pokazuju pozitivan i statistički značajan utjecaj visokog obrazovanja na prihode od međunarodnog turizma, broj noćenja, ukupnu turističku potrošnju kao i na zaposlenost u turizmu. S obzirom na to da, Crouch (1995) ističe obrazovanje kao jedan od stimulatora želje za putovanjem, a Šimundić (2015) ističe porast udjela visokoobrazovanih u ukupnom stanovništvu kao populacijsko obilježje koje pozitivno utječe na turističku potražnju, ovakav rezultat u skladu je s dosadašnjim saznanjima.

Kar i Ozcan (2015) kao i Culiuc (2014) ističu važnost političke stabilnosti za rast turističke potražnje za destinacijom. Rezultati provedene panel analize, također, pokazuju da politička stabilnost i odsustvo nasilja i terorizma pozitivno pridonose broju ostvarenih noćenja u hotelskom i ostalom turističkom smještaju. Štoviše, navedena kontrolna varijable pozitivno i statistički značajno pridonosi i zaposlenosti u turizmu.

Utjecaj inflacije pokazao se statistički neznačajnim s obzirom da se kroz modele mijenja smjer i predznak ove kontrolne varijable. Uzrok ovakvih rezultata može biti u dijelu panel podataka korištenih u provedenoj analizi. Naime, dio podataka odnosi se na razdoblje financijske krize 2008. godine i nekoliko godina nakon kada su, prema Bernoth et al. (2014) i Mazumder (2017), u zemljama Europske Unije zabilježene stope inflacije ispod ciljanih stopa Europske središnje banke. Štoviše u nekim zemljama, primjerice Grčkoj i Cipru 2014. godine, nastupila je i deflacija.

Zavisne i kontrolne varijable tvore bazu svih ostalih modela. U cilju testiranja prve hipoteze bazi modela su se zasebno dodale dvije nezavisne varijable, broj resursa kulturne baštine na UNESCO Popisu svjetske kulturne baštine i broj resursa prirodne baštine na UNESCO Popisu svjetske prirodne baštine, koje su odabrane kao pokazatelji kulturne i prirodne baštine. Varijable su se u modele dodavale zasebno zbog jake međusobne korelacije.

Rezultati panel analize pokazali su da broj resursa kulturne baštine na UNESCO Popisu svjetske kulturne baštine značajno i pozitivno djeluje na sve indikatore razvijenosti turizma, odnosno na sve zavisne varijable. Također, broj resursa prirodne baštine na UNESCO Popisu svjetske prirodne baštine značajno i pozitivno utječe na sve indikatore razvijenosti turizma, osim na broj noćenja. Dobiveni rezultati u skladu su s dosadašnjom literaturom (Dujmović, 2019; ICOMOS, 1993; Josh et al., 2016; Lo et al, 2017; Nilsson, 2018; Richards, 2000,2001 i 2005; Ursache, 2015.) koja kulturnu i prirodnu baštinu smatra temeljnim resursom za razvoj turizma.

S obzirom na prezentirane rezultate panel analize, prihvaća se prva hipoteza. Stoga, možemo zaključiti da broj resursa kulturne i prirodne baštine na UNESCO popisu svjetske baštine utječe na razvoj turističkog sektora.

Druga istraživačka hipoteza pretpostavlja postojanje veze između razvijenosti kulturnog sektora i razvijenosti turističkog sektora. U cilju ispitivanja druge hipoteze formirano je i analizirano dvanaest modela, te su rezultati analiza prethodno prikazani u tablicama 10, 12, 14 i 16. Pri formiranju dvanaest modela u svrhu testiranja druge hipoteze upotrebljena je ista baza kao i u prvih osam modela, te su na nju dodane nezavisne varijable koje su odabrane kao pokazatelji razvijenosti kulturnog sektora. Nezavisne varijable: zaposleni u kulturnom sektoru, broj posjeta muzejima i državna ulaganja u kulturu zasebno su dodavane u modele zbog jake međusobne korelacije. Smjer utjecaja statistički značajnih veza između nezavisnih i zavisnih varijabli za svih dvanaest modela prikazan je u tablici 19.

Tablica 19: Smjer utjecaja statistički značajnih veza između zavisnih i nezavisnih varijabli za modele od 9 do 20

Utjecaj determinanti razvijenosti kulturnog sektora na zavisne varijable												
	PMT	PMT	PMT	BN	BN	BN	UTP	UTP	UTP	ZUT	ZUT	ZUT
Br.modela	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
L.PMT	+	+	+									
L.BN				+	+	+						
L.UTP							+	+	+			
L.ZUT										+		+
BDPPC	+	+	+	+	+	+	+	-		-	+	-
VO	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+
PSONT				+		+	-			-	-	
INF	+	+	+	-	-	-	+		+	-		-
ZUK	+			+			+			+		
BPM		-						+				
DUK						+			+			+

Izvor: izrada autora

Rezultati prikazani u tablici 19 kao i rezultati prikazani u tablici 18 opravdavaju upotrebu dinamičkih panel modela pri procjenama panel podataka. Kontrolne varijable BDP po glavi stanovnika i visoko obrazovanje pokazuju iste rezultate kao i u prvih osam modela, te se može zaključiti da statistički značajno i pozitivno utječu na zavisne varijable, odnosno indikatore razvijenosti turističkog sektora. Pri ispitivanju druge hipoteze, kontrolne varijable politička stabilnost i odsustvo nasilja i terorizma nisu robusne na različite specifikacije modela, te se ne mogu smatrati značajnima.

Nadalje, provedena panel analiza pokazala je da broj zaposlenih u kulturnom sektoru značajno i pozitivno djeluje na sve odabrane indikatore razvijenosti turizma. Također, državna ulaganja u kulturni sektor pokazala su pozitivan i statistički značajan utjecaj na ostvareni broj noćenja u hotelskom i ostalom turističkom smještaju, turističku potrošnju i zaposlenost u turizmu.

Ovakvi rezultati panel analize u skladu su s dosadašnjim teorijskim istraživanjima (Josh et al, 2016; Pančić – Kombol, 2006; Vrtiprah, 2006; Richards, 2000) koja naglašavaju da je za razvoj turizma jednako važno postojanje baštine kao i njena prezervacija, valorizacija i interpretacija. Richards (2000) posebno ističe važnost kulturnog sektora i njegovih zaposlenika pri osiguravanju prikladnog očuvanje i korištenje baštine u turističke svrhe.

Treći indikator razvijenosti kulturnog sektora, odnosno broj posjeta muzejima, ne utječe statistički značajno na indikatore razvijenosti turističkog sektora. Ovakav rezultat je neočekivan, te ga je potrebno u narednim istraživanjima detaljnije proučiti.

S obzirom na prezentirane rezultate panel analize, prihvaća se i druga hipoteza. Dakle, zaključuje se da postoji veza između razvijenosti kulturnog sektora i razvijenosti turističkog sektora.

5. ZAKLJUČAK

Turizam kao jedna od najsloženijih društveno – ekonomskih pojava ulazi u mnoge aspekte razvoja i života kako pojedinaca tako i globalne ekonomije. Kulturna i prirodna baština privlače turiste još od prvih organiziranih putovanja, stoga se smatraju osnovnim atrakcijskim resursima za razvoj turizma. Međutim, mnoga teorijska istraživanja ukazuju na to da nije dovoljno samo postojanje baštine kako bi se razvio turistički sektor. Stoga se naglašava nezaobilaznost kulturnog sektora u procesima valorizacije baštine, njenog očuvanja, interpretacije i prezentacije.

Zbog navedenih konstatacija u ovom diplomskom radu istraživao se odnos između razvijenosti turističkog sektora i baštine, te razvijenosti turističkog sektora i razvijenosti kulturnog sektora. Identificirani su indikatori razvijenosti turističkog sektora, kulturnog sektora, kulturne i prirodne baštine, te određene kontrolne varijable. Za indikatore razvijenosti turističkog sektora odabrani su: prihodi od međunarodnog turizma, broj noćenja u hotelskom i ostalom turističkom smještaju, ukupna turistička potrošnja i broj zaposlenih u turizmu. Indikatore prirodne i kulturne baštine predstavlja: broj resursa prirodne baštine uvrštenih na UNESCO Popis svjetske prirodne baštine i broj resursa kulturne baštine uvrštenih na UNESCO Popis svjetske kulturne baštine. Nadalje, kao indikatori kulturnog sektora odabrana su državna ulaganja u kulturni sektor, broj zaposlenih u kulturnom sektoru i broj posjeta muzejima. Također, u modele su uključene kontrolne varijable koje su se u prethodnim istraživanjima pokazale značajnim determinantama razvoja turizma, a to su: BDP po glavi stanovnika, visoko obrazovanje, politička stabilnost i inflacija. Doprinos ovog rada ogleda se u kvantifikaciji utjecaja baštine i kulturnog sektora na razvoj turizma kao i u pružanju šire slike europske baštine i njenih potencijala. Rezultati provedene panel analize dvadeset modela, formiranih na temelju podataka 27 članica Europske unije u razdoblju od 11 godina, ukazuju na to da postoji snažna veza baštine i kulturnog sektora s turističkim sektorom. Dobiveni rezultati u skladu su s postojećom teorijskom literaturom, koja ukazuje na kompleksnost turističkog i kulturnog sektora i njihovu međusobnu isprepletenost. Također, bitno je naglasiti da mnogi autori putem stručnih radova upozoravaju na nedostatak kvantitativnih analiza i dokaza koji bi potvrdili opće prihvaćene teorijske zaključke o odnosu baštine i turizma, kao i o odnosu kulturnog i turističkog sektora. Štoviše, manjak kvantitativnih istraživanja na navedene teme primijećen je i pri izradi ovog diplomskog rada.

Provedenom panel analizom, u skladu s dosadašnjim teorijskim radovima, potvrđeno je da indikatori prirodne i kulturne baštine statistički značajno i pozitivno utječu na indikatore razvijenosti turističkog sektora. Preciznije rečeno, broj resursa kulturne baštine ne UNESCO Popisu svjetske kulturne baštine značajno i pozitivno djeluje na prihode od međunarodnog turizma, ostvareni broj noćenja u hotelskom i ostalom turističkom smještaju, ukupnu turističku potrošnju i zaposlenost u turizmu. Štoviše, broj resursa prirodne baštine na UNESCO Popisu svjetske prirodne baštine statistički značajno i pozitivno utječe na prihode od međunarodnog turizma, ukupnu turističku potrošnju i zaposlenost u turizmu.

Nadalje, provedena panel analiza pokazala je da broj zaposlenih u kulturnom sektoru značajno i pozitivno djeluje na sve odabrane indikatore razvijenosti turizma. Također, državna ulaganja u kulturni sektor pokazala su pozitivan i statistički značajan utjecaj na ostvareni broj noćenja u hotelskom i ostalom turističkom smještaju, turističku potrošnju i zaposlenost u turizmu. Treći indikator razvijenosti kulturnog sektora, odnosno broj posjeta muzeju, ne utječe statistički značajno na indikatore razvijenosti turističkog sektora.

Na temelju dobivenih rezultata prihvaćene su i prva i druga hipoteza. Stoga, zaključuje se da broj resursa kulturne i prirodne baštine na UNESCO popisima svjetske baštine utječe na razvoj turističkog sektora, te postoji veza između razvijenosti kulturnog sektora i razvijenosti turističkog sektora. U skladu s dobivenim rezultatima preporučuje se da se pri formiranju razvojnih politika turističkog sektora u obzir uzme i postojeće stanje unutar kulturnog sektora. Štoviše, rezultati istraživanja ukazuju na to da bi veći dio javnih resursa trebalo usmjeriti prema razvoju kulturnog sektora, kako zbog privlačenja daljnjih investicija privatnog sektora tako i zbog provođenja većeg broja projekata usmjerenih prema povezivanju kulturnog i turističkog sektora. Važnost ljudskih resursa unutar kulturnog sektora pri prikladnoj valorizaciji baštine putem turizma je neupitna, stoga se sugerira poticanje profesionalnog razvoja i usavršavanja zaposlenika kulturnog sektora. U cilju postizanja sinergije kulturnog i turističkog sektora, neophodno je poticati razvoj njihove suradnje i daljnjeg umrežavanja.

LITERATURA²

Knjiga:

1. Burkart, A.J., Medlik, S. (1974). *Tourism: Past, Present and Future*. London: Heinemann
2. Candela, G., Figini, P. (2012): *The economics of tourism destinations*, Springer texts in business and economics
3. Clare, P. (1971): *The Struggle for the Great Reef Barrier*, Collins, London-Sydney
4. Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., Wanhill, S. (2005): *Tourism principles and practice*, treće izdanje, Pearson Education
5. Hesmondhalgh, D. (2013): *The cultural industries*, 3rd edition, SAGE Publications Inc
6. Hunziker, W., Krapf, K. (1942). *Grundriss der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre*. Zurich: Polygraphischer Verlag.
7. Dawyer, L., Forsyth, P. (2006): *International handbook on the economics of tourism*, Edward Elgar Publishing Limited, UK
8. EUROSTAT (2019): *Culture statistic*, Statistical books, Publications Office of the European Union, Luxembourg
9. Goeldner, C.R., Ritchie, J.R.B. (2009): *Tourism principles, practices, philosophies*, twelfth edition, John Wiley & Sons, Hoboken, New Jersey
10. Graham, B., Ashworth, G.J., Tunbridge, J.E. (2000): *A Geography of Heritage: Power Culture and Economy*, Routledge Taylor & Francis Group.
11. Leiper, N. (1990). *Tourism systems*, Occasional Papers 2. Auckland: Massey University
12. Przeclawski, K. (1976): *Tourisme - Rencontre des cultures — Introduction a la sociologie du tourisme*, Institut de la recherche sur la jeunesse, Warsaw.

² Sivom bojom označeni su sekundarni izvor

13. UN, (2008): Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework 2008, Department of economics and social affairs
14. OECD (2009): The impact of culture on tourism, OECD
15. Petrić, L. (2007): Osnove turizma, Ekonomski fakultet Split
16. Richards, G. (2001): Cultural attractions and European tourism, The development of cultural tourism in Europe, Wallingford: CABI
17. Richards, G. (2005): Cultural tourism in Europe, Atlas
18. Song, H., Witt, S.F. (2011): Tourism Demand Modelling and Forecasting: Modern Econometric Approaches, Routledge, New York
19. Vanhove, N. (2005): The economics of tourism destinations, Elsevier, London
20. UN (2010): International recommendations for tourism statistics 2008, Department of economic and social affairs, Statistic division, New York

Časopisi, rade verzije članka, izvješća, znanstveni i stručni radovi:

1. Alexander, L.M. (1953): The impact of tourism on the economy of Cape Cod, Massachusetts, *Economic Geography* 29 (4), str. 320 – 326.
2. Blažević, B., Vuković, T. (2001): Mogućnosti turizma u rješavanju problema nezaposlenosti, *Tourism hospitality management* 7 (1 – 2), str. 21 - 36.
3. Bernoth, K., Fratzscher, M., König, P. (2014): Weak Inflation and Threat of Deflation in the Euro Area: Limits of Conventional Monetary Policy, *DIW Economic Bulletin* 4 (5), str. 15 – 28.
4. Butler, R.W. (1974): The social implications of tourist development, *Annals of tourism research* 2(2), str. 100 – 112.
5. Cohen, E. (1978): The impact of tourism an the physical environment, *Annals of tourism research* 5(2), str. 251 – 237.

6. Cheng, S.W. (2006): Cultural goods creation, cultural capital formation, provision of cultural services and cultural atmosphere accumulation, *Journal of cultural economics* 30 (4), str. 263 – 286.
7. Crouch, G.I. (1994): The study of international tourism demand: a review of findings, *Journal of travel research* 33 (1), str. 12 – 23.
8. Crouch, G.I. (1995): A meta – analysis of tourism demand, *Annals of tourism research* 22 (1), str. 103 – 118.
9. Culiuc, A. (2014): Determinants of International Tourism, IMF Strategy and Policy Department, WP 14/82
10. Davies, D.H. (1968): Potentials for tourism in developing countries, *Finance and development* 5 (4), str. 34. – 40.
11. Drpić, D. (2017): Turistički događaji temeljeni na baštini i konkurentnost turističke ponude, Doktorska disertacija, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija
12. Dujmović, M. (2019): Komercijalizacija kulturne baštine u turizmu, *Socijalna ekologija: časopis za ekološku misao i sociologijska istraživanja okoline* 28 (2), str. 150 – 159.
13. Economist Intelligence Unit (EIU) (1972). "The Impact of Currency Changes on the International Tourism Industry." *International Tourism Quarterly*, Special Article No. 3, 1: 46-52
14. EU Working plan for culture 2015. – 2018. (2015): Good practice report towards more efficient financial ecosystems: innovative instruments to facilitate access to finance for the cultural and creative sectors (ccs), Open method of coordination (OMC) working group of eu member states experts on access to finance for the cultural and creative sectors, Publications Office of the European Union, Luxembourg
15. EU Working plan for culture 2015 – 2018 (2018): The role of public policies in developing entrepreneurial and innovation potential of the cultural and creative sector, Report of the omc (open method of coordination) working group of member states' experts, Publications Office of the European Union, Luxembourg

16. Europska komisija (2019): Creative Europe networks, 28 pan-European organisations connecting and strengthening Europe's cultural sectors, Publications Office of the European Union, Luxembourg
17. Falk J. H., Dierking L.D. (2008): Re-envisioning success in the cultural sector, *Cultural trends* 17(4), str. 233-246.
18. Fayissa, B., Nsiah, C., Tadasse, B. (2007): The impact of tourism on economic growth and development in Africa, *Tourism Economics* 14 (4), str. 9 – 14.
19. Frechtling, D., C. (2010): The tourism satellite account – A Primer, *Annals of tourism reasearch* 37 (1), str. 136 – 153.
20. Gerakis, A, S. (1965): Effects of exchange – rate devaluations and revaluations on receipts from tourism, *IMF Staff papers* 12 (3), str. 365. – 385.
21. Goodwin, H. (2002). Local Community Involvement in Tourism around National Parks: Opportunities and Constraints. *Current Issues in Tourism* 5(3-4), str. 338–360
22. Greenwood, D.J. (1972): Tourism as an Agent of Change: A Spanish Basque Case, *Ethnology*, 11 (1), str. 80 – 91.
23. Hagemann, R. P. (1981). The determinants of household vacation travel: some empirical evidence. *Applied Economics*, 13(2), str. 225 – 234.
24. ICOMOS (1999): International cultural tourism charter: Managing tourism at places of heritage significance, 12th General assembly, Mexico
25. IMF (1965): Effects of exchange – tare devaluations and revaluations on receipts from tourism, *IMF staff papers* 12 (3)
26. Ivanov, S. (2007): Measuring the impact of tourism on economic growth, *Tourism Economics* 13 (3), str. 379 – 388.
27. Jagić, S. (2005): Turizam i slobodno vrijeme: mogućnosti i načini provođenja, *Pedagogijska istraživanja* 2 (1), str. 101 -111.
28. Jones, H., 1972: "Gozo - the Living Showpiece," *Geographical Magazine* 45 (1), str. 53-57.

29. Joshi, O., Poudyal, C. N., Larson, R. L. (2016): The influence of sociopolitical, natural and cultural factors on international tourism growth: a cross – country panel analysis, *Environment Development Sustainability* 19, str. 825 – 838.
30. Kar, M., Ozcan, C. C. (2015): An econometric analysis of determinants for tourism demand in Turkey, *Proceedings of 4th IASTEM International Conference*, Amsterdam, Netherlands, ISBN: 978-93-85832-36-9
31. Lawrence, T.B., Phillips, N. (2002): Understanding cultural industries, *Journal of management inquiry* 11 (4), str. 430 – 441.
32. Leiper, N. (1979): The framework of tourism, *Annals of tourism research* 6 (4), str. 390 – 407.
33. Lo, M.C., Mohamad, A.A., Chin, C.H., Ramayah, T. (2017): The impact of natural resources, cultural heritage, and special events on tourism destination competitiveness: the moderating role of community support, *International journal of business and society* 18 (4), str. 763. -774.
34. Martinas, L.F., Gan, Y., Ferreira – Lopez, A. (2017) : An empirical analysis of the influence of macroeconomic determinants on world tourism demand, *Tourism management* 61, str. 248 – 260.
35. Matečić, I. (2016): Specifičnosti procesa vrednovanja materijalne kulturne baštine u turizmu, *Acta turistica* 28 (1), str. 73 – 100.
36. Mazumder, S. (2018): Inflation in Europe after the Great Recession, *Economic modelling* 71, str. 202 – 203.
37. Naraya, P. K. (2004): Economic impact of tourism on Fiji's economy: empirical evidence from the commutable general equilibrium model, *Tourism Economics* 10 (4), str. 419 – 433.
38. Nilsson, P.A. (2018): Impact of cultural heritage on tourists; The heritagization process, *Athens journal of tourism* 5 (1), str. 35 – 54.

39. Nocca, F. (2017): The role of cultural heritage in sustainable development: multidimensional indicators as decision making tool, *Sustainability* 9(10), str. 1 – 8
40. O`Connor, J. (1999): The definition of „ cultural industries“, Manchester institute for popular culture, Manchester Metropolitan University.
41. Pančić Kombol, T. (2006): Kulturno nasljeđe i turizam, *Radovi zavoda za znanstveni rad HAZU Varaždin*, (16-17), str. 211 – 226.
42. Peltoniemi, M. (2014): Cultural industries: product – market characteristics, management challenges and industry dynamics, *International journal of management reviews* 17 (1), str. 41 – 68.
43. Richards, G. (1996): Production and consumption of European cultural tourism, *Annals of Tourism Research* 23 (2), str. 261 – 283.
44. Richards, G. (2000): Tourism and the world of culture and heritage, *Tourism recreation research*, 25 (1), str. 9 – 17.
45. Robinson, M., Picard, D.(2006): Tourism, culture and sustainable development, Division of cultural policies and intercultural dialogue, Culture Sector, UNESCO
46. Romao, J., Guerreiro, J., Rodrigues, P. M. M. (2017): Territory and sustainable tourism development: A space – time analysis on European regions, *The journal of ERSAs*, 4 (3), str. 1 – 17.
47. Sauran, A. (1978): Economic determinants of tourist demand: A survey, *The Tourist Review* 33 (1), str. 2 – 4.
48. Sinclair, M. T. (1998): Tourism and economic development: A survey, *The journal of development studies* 34 (5) , str. 1 – 51.
49. Smith, S. L. J. (1988): Defining tourism a supply-side view, *Annals of tourism research* 15 (2), str. 179 – 190.
50. Stupples, P. (2014): Creative contributions: The role of the arts and the cultural sector in development, *Progress in development studies* 14 (2), str. 115 – 130.

51. Su, Z., Aaron, J.R., McDowell, W.C., Lu, D.D. (2019): Sustainable Synergies between the Cultural and Tourism Industries: An Efficiency Evaluation Perspective, *Sustainability — Open Access Journal* 11 (23), str. 1- 20.
52. Šimundić, B. (2015): Determinante emitivnog turizma i njihov utjecaj na gospodarstva receptivnih zemalja, *Doktorska disertacija*, Split: EFST, str. 117, 186 – 187.
53. Škrabić – Perić, B. (2015): Makroekonomske determinante emitivnog turizma i njihov utjecaj na gospodarstva receptivnih zemalja, *Doktorska disertacija*, Split: EFST, str. 128. - 141.
54. Škuflić, L., Štoković, I. (2011): Demand function for Croatian tourist product: A panel data approach, *Modern economy*, 2 (1) , str. 49 – 53.
55. Throsby, D (2003): Determining the value of cultural goods: how much (or how little) does contingent valuation tell us?, *Journal of cultural economics* 27 (3/4), str. 275 – 285.
56. Throsby, D. (2008): Modelling the cultural industries, *Internationala journal of cultural policy* 14 (3), str. 217 – 232.
57. Todt, H. (1964): Probleme des Konsumverhaltens während des Urlaubs, *Revue de Tourisme*, July-September, 1964
58. UNESCO (2019): Operational guidelines for zhe implementation of the world heritage convention, Intergovernmental committee for the protection of the world cultural and natural heritage, World heritage center, Pariz
59. UNESCO (2009): The 2009 UNESCO framework for cultural statistics (FCS), UNESCO institute for statistics
60. UNWTO (2018): International recommendations for tourism statistics 2008. Department of Economic and Social Affairs, Statistics Division
61. Ursache, M. (2015): Tourism – significant driver shaping a destinations heritage, *Procedia – social and behavioral sciences* 188, str 130 – 137.
62. Vojnović, N. (2012): Stagnacija turističke destinacije: primjer Pule, *Hrvatski geografski glasnik*, 74(2), str. 113 – 128.

63. Vrtiprah, V. (2006): Kulturni resursi kao činitelji turističke ponude u 21. Stoljeću, *Ekonomski misao i praksa* 2, str. 286 – 291.
64. Vukonić, B. (2018): Ekonomska teorija i ekonomika turizma, *Acta Turistica*, 30 (special Issue), str.17 – 63.
65. Waters, S.R. (1996): The American Tourist, *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* 368, str. 109 – 118.
66. Weiler, S., Seidl, A. (2004): What's in a name? Extracting econometric drivers to assess the impact of national park designation, *Journal of regional science*, 44 (2), str. 245 – 262.

Poglavlje u knjizi:

1. Netto, A.,P. (2009): *Philosophical issues in tourism : What is tourism? Definitions, theoretical phases and principles*. U: Tribe, J., ur., *Philosophical issues in tourism*. Toronto: Channel view publications, str. 43 – 61.
2. Virginija, J. (2016): *Tourism - From Empirical Research Towards Practical Application: Interaction between Cultural/Creative Tourism and Tourism/Cultural Heritage Industries*. U: Butowsk, L., ur., *Tourism: from empirical research towards practical application*. Rijeka: IntechOpen, str. 137 – 152.
3. Smith, M., Robinson, M. (2005): *Politics, power and play: the shifting contexts of cultural tourism, Culture as resource and the resourcefulness of culture*. U: Smith, M., Robinson, M., ur., *Cultural tourism in a changing world - politics, participation and (re)presentation*. Toronto: Channel view publications, str. 1 – 18.

Internet:

1. Ennew, C. (2003): Understanding the economic impact of tourism, Christel dehaan tourism and travel research instiute, dostupno na: <file:///C:/Users/Marijana%20Vugdelija/Desktop/Understanding%20the%20economic%20impact%20of%20tourism.pdf>
2. Europska komisija: Cultural and creative sectors, dostupno na: <https://ec.europa.eu/culture/sectors/cultural-and-creative-sectors>
3. Hrturizam.hr: Hrvatska ima najveći udio turizma u BDP – u u Europi - čak 18 posto, dostupno na: <https://hrturizam.hr/hrvatska-ima-najveci-udio-turizma-u-bdp-u-u-europi-cak-1801-posto/>
4. Grgić Ivo (2013): Turizam kao djelatnost, dostupno na: <https://vguk.hr/multimedia/416bcc7a2f066bf781ed17adc15dca9f25736608c1c23dfb1fab488fcc6a78a18949f3391551171498.pdf>
5. Stynes, D.J. (1997): Economic impact of tourism, Michigan state university, dostupno na: <https://msu.edu/course/prr/840/econimpact/pdf/ecimpv011.pdf>
6. UNESCO (1972): Convention concerning the protection of the world cultural and natural heritage., dostupno na: <https://whc.unesco.org/archive/convention-en.pdf>
7. UNESCO: What is meant by „ cultural heritage“ ?, dostupno na: <http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/illicit-trafficking-of-cultural-property/unesco-database-of-national-cultural-heritage-laws/frequently-asked-questions/definition-of-the-cultural-heritage/>
8. UNWTO (2019): International Tourism Highlights, 2019 Edition, dostupno na: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>
9. WTTC (2019): Economic Impact Reports, dostupno na: <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact>

POPIS TABLICA

Tablica 6: Opis i prikaz varijabli

Tablica 7: Deskriptivna statistika

Tablica 8: Korelacijska matrica zavisnih varijabli

Tablica 9: Korelacijska matrica nezavisnih varijabli prve hipoteze

Tablica 10: Korelacijska matrica nezavisnih varijabli druge hipoteze

Tablica 6: Utjecaj resursa kulturne baštine na razvoj turizma

Tablica 7: Rezultati Sarganovog i AB testa za modele 1 - 4

Tablica 8: Utjecaj resursa prirodne baštine na razvoj turizma

Tablica 9: Rezultati Sarganovog i AB testa za modele 5 - 8

Tablica 10: Utjecaj zaposlenosti u kulturi, broja posjeta muzejima i državnih ulaganja u kulturu na prihode od međunarodnog turizma

Tablica 11: Rezultati Sarganovog i AB testa za modele 9 – 11

Tablica 12: Utjecaj zaposlenosti u kulturi, broja posjeta muzejima i državnih ulaganja u kulturu na broj noćenja

Tablica 13: Rezultati Sarganovog i AB testa za modele 12 - 14

Tablica 14: Utjecaj zaposlenosti u kulturi, broja posjeta muzejima i državnih ulaganja u kulturu na ukupnu turističku potrošnju

Tablica 25: Rezultati Sarganovog i AB testa za modele 15 - 17

Tablica 16: Utjecaj zaposlenosti u kulturi, broja posjeta muzejima i državnih ulaganja u kulturu na zaposlenost u turizmu

Tablica 17: Rezultati Sarganovog i AB testa za modele 18 - 20

Tablica 18: Smjer utjecaja statistički značajnih veza između nezavisnih i zavisnih varijabli za modele od 1 do 8

Tablica 19: Smjer utjecaja statistički značajnih veza između zavisnih i nezavisnih varijabli za modele od 9 do 20

POPIS GRAFIKONA

Graf 1: Kretanje prosječnih prihoda od međunarodnog turizma po godinama

Graf 2: Kretanje prosječnog broja noćenja po godinama

Graf 3: Kretanje prosječne vrijednosti ukupne turističke potrošnje po godinama

Graf 4: Kretanje prosječnog broja zaposlenih u turizmu

Graf 5: Kretanje prosječnog broja kulturne baštine

Graf 6: Kretanje prosječnog broja prirodne baštine

Graf 7: Zaposleni u kulturnom sektoru

Graf 8: Broj posjeta muzejima

Graf 9: Državna ulaganja u kulturni sektor

POPIS SLIKA

Slika 1: Zemlje članice Europske Unije

Slika 3: Udio deviznih prihoda od turizma u BDP - u članica EU 2015. godine

SAŽETAK

Ključne riječi: razvoj turističkog sektora, kulturna i prirodna baština, razvoj kulturnog sektora, panel analiza.

Svrha ovog diplomskog rada je istraživanje empirijske povezanosti postojanja i očuvanja kulturne i prirodne baštine, te razvoja kulturnog sektora s razvojem turizma. Provedena je panel analiza indikatora razvijenosti turističkog sektora za 27 zemalja, članica Europske Unije u razdoblju od 2008. do 2018 godine. Kroz panel analizu prvo se promatrao utjecaj indikatora prirodne i kulturne baštine: broj resursa prirodne baštine na UNESCO Popisu svjetske prirodne baštine i broj resursa kulturne baštine na UNESCO Popisu svjetske kulturne baštine, na indikatore razvijenosti turističkog sektora, a to su: prihodi od međunarodnog turizma, broj noćenja u hotelskom i ostalom turističkom smještaju, ukupna turistička potrošnja i broj zaposlenih u turizmu. Potom se promatrao utjecaj indikatora razvijenosti kulturnog sektora, a to su: zaposlenost u kulturnom sektoru, broj posjeta muzejima i državna ulaganja u kulturu, na naveden indikatore razvijenosti turističkog sektora. Dobiveni rezultati potvrđuju postojanje snažne veze prirodne i kulturne baštine s turizmom kao i povezanost razvoja kulturnog sektora s razvojem turističkog sektora.

SUMMARY

Key words: development of the tourist sector, cultural and natural heritage, development of the cultural sector, panel analysis

The aim of this research paper was to explore the empirical connection between the existence and preservation of cultural and natural heritage and the development of the cultural sector alongside the development of tourism. A panel analysis has been done on indicators of development of the tourist sector for 27 countries who were a part of the EU from 2008 to 2018. The panel analysis firstly focused on the indicators of natural and cultural heritage which are the number of resources on the UNESCO World Natural Heritage List and the number of resources on the UNESCO World Cultural Heritage List and their influence on indicators for development in the tourist sector which are total income from international tourism, the number of stays in hotel and other tourist accommodation, general tourist spending and the number of people employed in tourism. Then the research explored the indicators of development for the cultural sector which are employment rates in the sector, number of visits to museums and state investments in culture and their influence on the aforementioned indicators of development for the tourist sector. The results show a strong connection between cultural and natural heritage and tourism and also a connection in the development of the cultural sector with the development of the tourist sector.