

GRADSKA KNJIŽNICA MARKA MARULIĆA

organizira predstavljanje sociološke studije

**„Kulturni turizam na splitski način:
sociološko istraživanje“**

autorica **Anči Leburić, Maje Dadić i Ane Stipčić**

izdavač: Redak (iz Splita)

dana 08. lipnja (utorak) u 19 sati

u središnjoj knjižnici Ulica slobode 2, Split

Uvodne riječi:

Maja Munivrana, pročelnica Službe za kulturu i umjetnost (Grad Split)
i
Joško Stella, Upravni odjel za turizam i pomorstvo (Splitsko-dalmatinska županija)

Istraživačke rezultate studije predstavit će

prof. dr. sc. Anči Leburić (Odsjek za sociologiju, Filozofski fakultet u Splitu)

Pozivamo Vas da svojim prisustvom uveličate promociju !!!

Sažetak studije

U empirijskoj studiji pod naslovom „*Kulturni turizam na splitski način*“ autorice **Anči Leburčić, Maja Dadić i Ana Stipčić** izlažu rezultate empirijskog sociološkog istraživanja kulturnog turizma grada Splita, realiziranog tijekom 2007. i 2008. godine.

Turizam danas mnogi shvaćaju kao sociokulturnu pojavu i kao najbrže rastuću industriju novoga doba. Neki stručnjaci vide kroz turističko–gospodarsku valorizaciju kulturne baštine promociju ukupnog turizma i njegovu veću učinkovitost na svjetskom tržištu. To dovodi i do razvijenijeg lokalnog i regionalnog turizma u čijoj ponudi se nalazi baština.

Ističući društvenu važnost kulturnog turizma, autorice su koristeći tzv. mješovitu metodološku strategiju (*mix strategy*) u kojoj su kombinirale ankete i intervjue, ispitale 1.000 turista i 22 turistička stručnjaka.

Iz podataka dobivenih anketiranjem turista, zaključuju da su turisti koji posjećuju kulturne znamenitosti mladi i pretežno visoko obrazovani ljudi. Putuju uglavnom dva do tri puta godišnje i to najradije u paru, s prijateljima i obitelji, te najčešće bez djece. Na putovanje idu uglavnom vlastitim automobilom i javnim prijevozom, a odsjedaju u privatnom smještaju

Kulturna motivacija ispitanih turista je uglavnom primarna ili sekundarna, a interes za kulturu im je nespecifičan, odnosno zanima ih šire područje kulture. Uglavnom posjećuju samo najistaknutije kulturne znamenitosti, te ih najčešće zanima spomenička baština, a vrlo malo muzeji, galerije i kazališta. Najposjećenije su kulturne znamenitosti one koje se nalaze unutar zidina Dioklecijanove palače, a one koje su udaljene od gradske jezgre su slabije posjećene. Turisti se u Splitu zadržavaju uglavnom jedan dan što potvrđuje činjenicu da je on još uvijek tranzitni grad.

Analizirajući intervjue s turističkim stručnjacima potvrđeni su rezultati dobiveni anketiranjem turista o lošoj posjećenosti muzeja i galerija, a o dobroj posjećenosti spomenika i građevina koje se nalaze unutar zidina Dioklecijanove palače. Utvrđeno je da postoje ulaganja u kulturni sektor grada, ali da stručnjaci smatraju kako treba ulagati još više. Turistima je važna cijena koju plaćaju za ulaznicu određene kulturne znamenitosti, te u zamjenu za nju traže kvalitetno iskustvo.

Kulturna ponuda treba turistima pružiti određeni doživljaj i oni bi trebali biti zadovoljni posjetom. Upravo je zbog toga potrebno poraditi na marketingu kulturnih znamenitosti i na njihovoj prezentaciji i interpretaciji. Građani kulturne destinacije trebaju biti srdačni i gostoljubivi kako bi gosti bili zadovoljni posjetom i ponovo posjetili grad. Potrebno je poboljšati službe za čistoću grada kao i za kontrolu ilegalnih iznajmljivača, jer to sveukupno utječe na doživljaj turista i mogućnost ponovnog posjeta.

Autorice zaključuju prema dobivenim podacima kako Split još uvijek ne koristi u potpunosti potencijal zbog kojeg privlače turiste u najvećem broju. Upravo zbog toga autorice podupiru ideje istraživačkih projekata u međunarodnim okvirima unutar kojih bi se afirmirala i intenzivnije razvijala još i kulturna suradnja.

Razvoj kulturnog turizma je taj koji omogućuje aktiviranje tradicionalne i suvremene kulturne baštine. U tom smjeru bi se trebao kretati i razvoj splitskog turizma budući da je Split jedan od kulturnih centara Dalmacije i “biser svjetske kulturne baštine”.
