

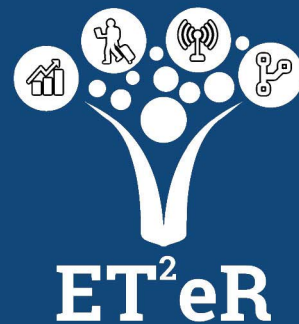


ReECON.3

3.-5. 10. 2023. Biograd n/M

vol. V, br. 3, 2023.

Veleučilište u Virovitici



Posebno izdanje časopisa

ET²eR

**EKONOMIJA, TURIZAM,
TELEKOMUNIKACIJE I RAČUNARSTVO**

uključuje radove prezentirane na

3. međunarodnoj znanstveno-stručnoj konferenciji „Renewable Economics“

održanoj u Biogradu na Moru, Hrvatska,

od 3. do 5. listopada 2023.

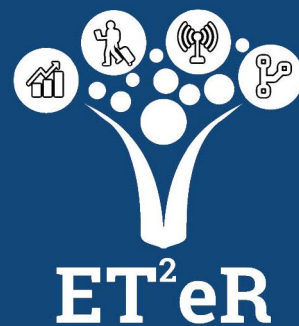


ReECON.3

3.-5. 10. 2023. Biograd n/M

vol. V, br. 3, 2023.

Virovitica University of Applied Sciences



Special issue of journal

ET²eR

**ECONOMICS, TOURISM, TELECOMMUNICATIONS
AND COMPUTER SCIENCE**

Includes papers presented at

3rd International Conference on Renewable Economics

held in Biograd na Moru, Croatia

from 3th to 5th November, 2023

Impressum

Nakladnik - Publisher:

Veleučilište u Virovitici -
Virovitica University of Applied
Sciences

Uredništvo - Editorial Board:

Dejan Tubić
Željka Kadlec
Siniša Kovačević
Irena Bosnić
Anita Prelas Kovačević
Zrinka Blažević Bognar
Mladena Bedeković
Damir Ribić
Ivan Heđi
Ivana Vidak
Domagoj Karačić
Mato Bartoluci
Oliver Kesar
Željko Požega
Saša Petar
Vlado Halusek
Igor Petrović
Sanela Vrkljan
Đorđije Vasiljević
Viktória Szente
Joanna Pioch
Slagjana Stojanovska

Gavni urednik - Editor in chief:

Dejan Tubić

Izvršni urednik - Executive

Editor: Željka Kadlec

Lektura - Proofreaders:

Ivana Vidak
Maja Resner
Dino Dominik Magić

Tehnički urednik - Technical

Editor: Siniša Kovačević

**Adresa uredništva - Address of
the Editorial Board:**

Veleučilište
u Virovitici, Matije Gupca 78,
33000 Virovitica
u Tel: +385 33 721 099
Fax: +385 33 721 037
E-mail: urednik@vuv.hr

Naslovnica-Front Page:

Veleučilište u Virovitici/Virovitica
University of Applied Science

Grafičko oblikovanje-Graphic

Design: Veleučilište u Virovitici/
Virovitica University of Applied
Science

**Godina postavljanja publikacije
na mrežu-Year of release:**

2023. godina/Year 2023.

**Učestalost izlaženja časopisa-
Publishing frequency:**

Dva puta godišnje/Biannually

ISSN 2760-8930

ET²eR

Predgovor

”

Poseban broj časopisa „ET²eR – ekonomija, turizam, telekomunikacije i računarstvo” obuhvaća radove prezentirane na **3. međunarodnoj znanstveno-stručnoj konferenciji ReECON - RENEWABLE ECONOMICS**.

Konferencija je održana u Biogradu na Moru, 3. - 5. listopada 2023. godine u organizaciji Veleučilišta Baltazar Zaprešić i Veleučilišta u Virovitici. Na konferenciji je sudjelovalo 90-tak znanstvenika i stručnjaka iz raznih područja poslovne ekonomije, ruralnog i regionalnog razvoja, informacijskih tehnologija i turizma.

Cilj konferencije je bio zadržati proaktivni pristup u primjeni teorijskih i empirijskih dostignuća kojima će se utjecati na poboljšanje poslovnih procesa, promicanje održivog poslovanja u dinamičnom okruženju, stvaranje ozračja etičnog ponašanja, transparentnosti i odgovornosti te jačanje otpornosti gospodarstva u cjelini uz pružanje dugoročnih održivih smjernica za realni sektor.

U ovom posebnom broju ET²eR-a objavljeno je 1 znanstveni i 10 stručnih radova. Teme radova su iz područja poslovnog upravljanja, poslovnih financija i bankarskog sustava, turizma i hotelijerstva, ruralnog i regionalnog razvoja, digitalne tehnologije, javne politike i održivog gospodarskog razvoja.

Zahvaljujem se svim sudionicima konferencije, autorima, recenzentima, uredništvu časopisa, lektorima te tehničkom i izvršnom uredniku na trudu i znanju uloženom na kreiranje ovog posebnog broja časopisa „ET²eR – ekonomija, turizam, telekomunikacije i računarstvo”.

”

Glavni urednik

doc.dr.sc. Dejan Tubić, prof. struč. stud.

ET²eR

Foreword

”

The Special Issue of the journal 'ET²eR – Economics, Tourism, Telecommunications and Computer Science' comprises papers presented at the **3 International Conference on Renewable Economics - ReECON**.

The conference was held on 3. - 5. November 2023 in Biograd na Moru, Croatia, and was organised by the University of Applied Sciences Baltazar Zapprešić and Virovitica University of Applied Sciences. The conference was attended by more than 90 scientists and experts from different areas of business economics, rural and regional development, information technology and tourism.

The goal of the conference was to maintain a proactive approach to the application of theoretical and empirical achievements which can influence improvement of business processes, promote sustainable business activities in a dynamic environment, create a climate of ethical behaviour, transparency, and responsibility, and strengthen the resilience of economy on the whole while providing sustainable long-term guidelines for the real sector.

One scientific and ten professional papers are published in this Special Issue of ET²eR. Paper topics are related to areas of business management, business finance and banking sector, tourism and hospitality, rural and regional development, digital technology, public policy, and sustainable business development.

I would like to use this opportunity to thank all the participants in the conference; authors, reviewers, the editorial board of the journal, proofreaders, and the executive and technical editors for their effort and knowledge invested in creating this Special Issue of the journal 'ET²eR – Economics, Tourism, Telecommunications and Computer Science'.

”

Editor in Chief
Dejan Tubić, PhD

ET²eR

Recenzenti - *Reviewers*

Anita Prelas Kovčević

Veleučilište u Virovitici - *Virovitica University of Applied Sciences*

Božidar Jaković

Veleučilište u Virovitici - *Virovitica University of Applied Sciences*

Damir Ribić

Veleučilište u Virovitici - *Virovitica University of Applied Sciences*

Danijela Vakanjac

Veleučilište u Virovitici - *Virovitica University of Applied Sciences*

Ivan Kelić

Ekonomski fakultet u Osijeku - Faculty of Economics, Osijek

Edita Tolušić

Veleučilište u Virovitici - *Virovitica University of Applied Sciences*

Irena Bosnić

Veleučilište u Virovitici - *Virovitica University of Applied Sciences*

Ivan Ružić

Veleučilište Baltazar Zaprešić - *University of Applied Sciences Baltazar Zaprešić*

Lana Domšić

Veleučilište Baltazar Zaprešić - *University of Applied Sciences Baltazar Zaprešić*

Marijana Špoljarić

Veleučilište u Virovitici - *Virovitica University of Applied Sciences*

Mladena Bedeković

Veleučilište u Virovitici - *Virovitica University of Applied Sciences*

Neven Garača

Veleučilište u Virovitici - *Virovitica University of Applied Sciences*

Rikard Bakan

Veleučilište u Virovitici - *Virovitica University of Applied Sciences*

Zrinka Blažević Bognar

Veleučilište u Virovitici - *Virovitica University of Applied Sciences*

Željka Kadlec

Veleučilište u Virovitici - *Virovitica University of Applied Sciences*

Željko Požega

Ekonomski fakultet u Osijeku - *Faculty of Economics, Osijek*

Oliver Kesar

Ekonomski fakultet u Zagrebu - *Faculty of Economics & Business, Zagreb*

Valentina Papić Bogadi

Veleučilište u Križevcima - *University of Applied Sciences, Križevci*

Ksenija Vanjorek Stojaković

Veleučilište Baltazar Zaprešić - *University of Applied Sciences Baltazar Zaprešić*

Sadržaj - *Table of contents*

ZNANSTVENI RADOVI

Utjecaj pandemije COVID-19 na preferencije turista za kazališnim turizmom	1
<i>Dejan Tubić, Vedrana Knežević, Martina Kovačević</i>	

STRUČNI RADOVI

Uloga kontrolinga u metaloprerađivačkoj industriji	10
<i>Livija Greganić, Matej Galić, Antal Balog</i>	

Održivi razvoj: analiza indikatora za Hrvatsku i odabrane zemlje Europske unije	18
<i>Alisa Bilal Zorić, Kristijan Čović, Maja Buljat</i>	

Emocionalna inteligencija i vodstvo	26
<i>Martina Jukić, Anita Prelas Kovačević, Mladena Bedeković</i>	

Marketinški aspekti osobnog razvoja	35
<i>Ivana Lacković, Nikolina Pavičić Rešetar, Karlo Jurač</i>	

Interkulturalne kompetencije studenata Veleučilišta Baltazar Zaprešić (utjecaj internacionalnih programa razmjene)	41
<i>Lana Domšić, Mateja Šporčić</i>	

Komunikacija studenata i učenika srednjih škola Virovitičko-podravske županije putem društvenih mreža tijekom pandemije koronavirusa	49
<i>Sanja Mrzljak Jovanić, Danijela Vakanjac, Maja Resner</i>	

Motivacija zaposlenika u organizaciji	58
<i>Ivana Dasović, Sendi Deželić, Karlo Jurač</i>	

Uloga društvenih mreža u marketingu javnog sektora	68
<i>Ivan Ružić, Lidija Tolj, Ivan Rupčić</i>	

Od pustare do perspektivne i održive turističke destinacije? Primjer Pustare Višnjica	75
<i>Božidar Jaković, Barbara Golub, Ivana Pašalić</i>	

Ugovor o otpremi kroz ekonomske i pravne implikacije na poslovnu suradnju, logistiku i druge ugovorne i izvanugovorne odnose	83
<i>Domagoj Rožac, Milorad Ćupurdija, Ninoslav Gregurić-Bajza</i>	

Utjecaj pandemije COVID-19 na preferencije turista za kazališnim turizmom

Dejan Tubić¹, Vedrana Knežević², Martina Kovačević³

¹Veleučilište u Virovitici, Matije Gupca 78, Virovitica, Croatia, dejan.tubic@vuv.hr

²Veleučilište u Virovitici, Matije Gupca 78, Virovitica, Croatia, vedrana.knezevic@vuv.hr

³Veleučilište u Virovitici, Matije Gupca 78, Virovitica, Croatia, martina.kovacevic@vuv.hr

Sažetak

Kulturni turizam se promatra kao značajan segment specifičnih oblika turizma zahvaljujući brzom rastu i pozitivnom utjecaju na gospodarstvo. Razvojem kulturnog turizma razvija se i turizam umjetnosti, odnosno kazališni turizam. Pandemija uzrokovana virusom COVID-19 drastično je pogodila kako turizam tako i kulturu. S obzirom na to da su se turistička kretanja za vrijeme pandemije smanjila, zanimljivo je proučavati interese i preferencije turista za pojedinim specifičnim oblicima turizma kao što je kazališni turizam. Teorijski dio rada daje uvid u terminologiju i međusobno povezane pojmove specifičnih oblika turizma, kulturnog turizma i kazališnog turizma. Također, prikazane su karakteristike kulturnog turista, utjecaj pandemije izazvane virusom COVID-19 na kulturni turizam i karakteristike kazališnog turista. Svrha rada ogleda se u empirijskom dijelu koji prikazuje preferencije kazališnih turista o kazališnom turizmu uopće i u vrijeme pandemije izazvane virusom COVID-19. Cilj rada je ustanoviti jesu li se preferencije značajno promijenile novonastalom situacijom na globalnom tržištu. Istraživanje je provedeno pomoću anketnog upitnika kojem je pristupilo 122 ispitanika s prostora Republike Hrvatske. Istraživanjem je dokazano da je u značajnoj mjeri pandemija korona virusa negativno utjecala na posjećivanje kazališta i kazališni turizam, a došlo je i do značajnih promjena u preferencijama ispitanika. Prilikom analize podataka koji su prikupljeni upitnikom korištene su različite tehnike deskriptivne i inferencijalne statistike, a kao alat analize korišten je statistički program SPSS 26.0.

Ključne riječi

COVID-19, kazališni turist, kazališni turizam, kulturni turizam

Abstract

Cultural tourism is considered a significant segment of specific forms of tourism, thanks to its rapid growth and positive impact on the economy. Alongside the development of cultural tourism, art tourism, particularly theater tourism, has also emerged. The COVID-19 pandemic has had a drastic impact on both the tourism and culture. Due to the decrease in tourist movements during the pandemic, it is interesting to study the interests and preferences of tourists for specific forms of tourism, such as theater tourism. The theoretical part of the study provides an overview of the terminology and interconnected concepts related to specific forms of tourism, cultural tourism, and theater tourism. It also examines the characteristics of cultural tourists, the impact of the pandemic on cultural tourism, and the features of theater tourists. The purpose of the study is to present the empirical findings on the preferences of theater tourists regarding theater tourism in general and during the COVID-19 pandemic. The objective is to determine whether preferences have significantly changed due to the new situation in the global market. The research was conducted using a questionnaire that was answered by 122 respondents from the Republic of Croatia. The findings of the study demonstrate that the COVID-19 pandemic has had a substantial negative impact on theater attendance and theater tourism, resulting in significant changes in the preferences of the respondents. The data collected through the questionnaire were analyzed using various techniques of descriptive and inferential statistics, with the statistical software SPSS 26.0 used as the analysis tool.

Keywords

COVID-19, cultural tourism, theatre tourism, theatre tourist

Uvod

Specifičnost pojma kazališnog turizma i slaba istraženost ovog pojma, ostavljaju dovoljno prostora za njegovo daljnje proučavanje i istraživanje. Budući da je pandemija izazvana virusom Coronavirus disease 2019 (COVID-19) dovela do otuđivanja ljudi uvođenjem epidemioloških mjera, nameće se pitanje kakve će posljedice ostaviti na posjetitelje. Kazalište ne postoji bez publike, a mjere ograničavanja broja gledatelja u gledalištima kao i smanjen broj izvođenja predstava zasigurno su utjecali na kazališni turizam kao takav. Cilj empirijskog dijela rada je istražiti preferencije kazališnih turista u uvjetima prije pandemije korona virusa te izmjeriti utjecaj pandemije korona virusa na potencijalnu promjenu u njihovim preferencijama. Rad je rezultat iznesenih teorijskih i empirijskih spoznaja nastalih iz diplomskog rada pod nazivom „Kazališni turizam“.

1. Specifični oblici turizma i kulturni turizam

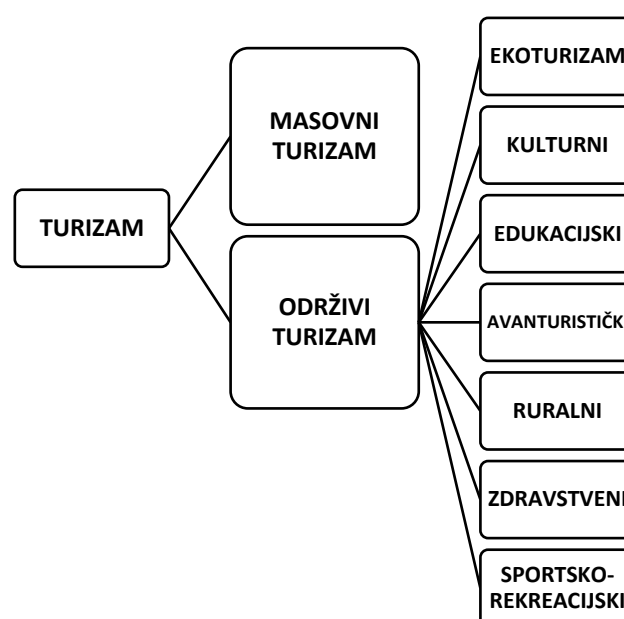
Specifični oblici turizma gledaju se kao glavna suprotnost masovnom turizmu (sunce+more+pijesak). “U samim začetima razvoja, masovni turizam poprima pozitivne učinke, ali njegov prekomjeran i nekontroliran rast ubrzo uzrokuje nepovoljne posljedice, posebno u prometu i okolišu” (Tubić, 2019:55). Upravo je svjesnost o negativnim učincima masovnog turizma doprinijela razvoju novih oblika turizma - specifičnih oblika turizma. Naime, osamdesetih godina prošlog stoljeća započelo je traženje alternativnih razvojnih rješenja masovnom turizmu što je dovelo do otkrivanja različitih oblika turizma čije je zajedničko i glavno obilježje bila održivost. Neki od njih su ekoturizam, zeleni turizam ili alternativni turizam, odnosno oblici turizma koji su danas poznati pod nazivom specifični oblici turizma (Bartoluci, 2013).

Za specifične se oblike turizma može reći da podrazumijevaju one oblike turizma čije su aktivnosti privlačne manjem broju posjetitelja (Dujmović, 2014). Jedna od mnogobrojnih definicija pojma specifičnih oblika turizma glasi: “specifični oblici turizma su posebna skupina turističkih kretanja koja je uvjetovana određenim, dominantnim turističkim motivom koji turističkog potrošača pokreće na putovanje u destinaciju čija je turistička ponuda sadržajima

prilagođena ostvarenju doživljaja vezanih uz dominantan interes tog potrošača” (Tubić, 2019:57).

Golja (2016) tvrdi da je kulturni turizam promatran kao oblik turizma posebnih interesa, u okviru koncepta održivog turizma moguće definirati kao održivu alternativu masovnom turizmu kako je grafički prikazano na Slici 1.

SLIKA 1: KULTURNI TURIZAM KAO ODRŽIVA ALTERNATIVA MASOVNOM TURIZMU



Izvor: prilagođeno prema Golja, T. (2016): *Menadžment u kulturi i turizmu*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, str. 15.

Kulturni turizam moguće je promatrati kao segment specifičnih oblika turizma, a podrazumijeva putovanja u slobodno vrijeme u svrhu ostvarenja turističkih doživljaja razgledavanjem turističkog mjesta, upoznavanjem domicilnog stanovništva, razgledavanja i kušanja autohtonih proizvoda (Adams, 2008). “Kulturni turizam veoma je važan brzorastući oblik turizma u globalnim razmjerima. Ovaj oblik turizma okuplja sve veći broj zemalja, regija i destinacija koje ulažu sve veće napore da svoje kulturne resurse iskoriste za privlačenje turista zainteresiranih za kulturu” (Cetinski, Šugar i Perić, 2012:108).

Prilikom definiranja pojma „kulturni turizam“ brojni autori i nevladine organizacije daju rješenja i slažu se oko toga što bi sve definicija kulturnog turizma trebala obuhvatiti, a budući da univerzalna definicija ne postoji

u nastavku su navedene neke od definicija različitih autora (Cetinski, Šugar i Perić, 2012):

- “kulturni turizam je poseban oblik turizma, u kojem prevladava interes potražnje za objektima i sadržajima kulturnog obilježja. On ne znači samo putovanje u prošlost nego i upoznavanje sa suvremenim životom nekoga grada ili turističkog prostora, posjet nekoj kulturnoj priredbi, kazališnoj predstavi i slično” (Bartoluci 2013:197),
- “svako je putovanje moguće na svoj način uključiti u definiciju kulturnoga turizma jer ono zadovoljava ljudsku potrebu za raznolikošću, za podizanjem razine osobne kulture, znanja, iskustava i susreta” (Cetinski, Šugar i Perić, 2012:108),
- “prema udruzi Association for Tourism and Leisure Education (ATLAS) kulturni turizam obuhvaća sva putovanja s posjetima kulturnim atrakcijama izvan stalnog mjesta boravka radi stjecanja novih znanja i doživljaja koja zadovoljavaju kulturne potrebe pojedinaca” (Bartoluci, 2013:197),
- “putovanja motivirana prije svega kulturom, poput studijskih putovanja, posjeta kulturnim manifestacijama, festivalima i drugim kulturnim događajima, posjeti spomenicima” (Cetinski, Šugar i Perić, 2012:108),
- “pasivno, aktivno i interaktivno uključivanje u kulture i zajednice, putem kojeg posjetitelji stječu nova iskustva obrazovne, kreativne i zabavne prirode” (Dujmović 2014:109).

Valčić (2018) donosi tvrdnju da sve dosad znane definicije kulturnog turizma imaju nedostatke jer je gotovo nemoguće izraziti bit kulturnog turizma u svega jednoj ili dvije rečenice. Ono što smatra važnim za istaknuti jest da kulturni turizam uključuje četiri elementa koja se pojavljuju u svim definicijama, a to su: turizam, upotreba kulturnih baštinskih resursa, konzumiranje iskustava, priče, pojava samog proizvoda i turist.

1.1. Kulturni turisti

Zahvaljujući interesu sve većeg broja turista za upoznavanjem kulturnih vrijednosti i učenjem o njima razvijaju se novi motivi turističke potražnje i dolazi do većeg broja putovanja prema kulturnim središtima čime se ostvaruje porast potražnje za kulturnim turizmom (Bartoluci, 2013).

Kulturnim turistima mogu se smatrati oni turisti koji su barem djelomično potaknuti i žele sudjelovati u kulturnim aktivnostima (Cetinski, Šugar i Perić, 2012). Iako je teško precizno odrediti tzv. kulturne turiste,

ipak se oni raspoznaju po određenim obilježjima:” natprosječna su obrazovanja, natprosječnih primanja, srednje i starije životne dobi, iskusni su putnici koji posjećuju veći broj kulturnih atrakcija tijekom putovanja” (Bartoluci, 2013:196-197). Kulturni se turisti razlikuju prema motivaciji:

- turisti motivirani kulturom: 5 -15 % turista i oko 5 % lokalnih stanovnika. Zanimaju ih elitna kulturna događanja, vole da ih se tretira kao posebne goste,
- turisti inspirirani kulturom: oko 30 % turista i 15 % lokalnih stanovnika. Privučeni su dobro poznatim kulturnim lokalitetima, atrakcijama ili događajima (npr. popularne izložbe). Cjenovno su osjetljivi te traže vrijednost za novac. Ovi su turisti tek djelomično motivirani kulturom, i to najčešće privučeni dobro reklamiranim i popularnim predstavama, koncertima ili izložbama. Kulturne atrakcije posjetit će ako imaju vremena, ako su im one lako dostupne te im nude vrijednost za novac,
- turisti privučeni kulturom: 20 % turista i 20 % lokalnih stanovnika. Ne planiraju posjet kulturnim atrakcijama, ali će ih posjetiti ukoliko im budu ponuđene prilikom boravka u destinaciji (Ministarstvo turizma, 2003).

Iz istraživanja TOMAS “Kulturni turizam 2008” Instituta za turizam (2009) valja istaknuti i sljedeće rezultate:

- u RH je najveći udio posjetitelja srednje (47%) i mlađe (30%) dobi,
- trećina posjetitelja može se smatrati ciljanim, kulturom motiviranim turistima koji putuju specifično zbog posjeta kulturnoj atrakciji ili događanju ili su na kulturom motiviranom odmoru,
- događanja privlače najveći udio kulturom motiviranih posjetitelja (46%), a slijede kulturne znamenitosti (34%) i muzeji/galerije (30%),
- kulturne atrakcije i događanja u kontinentalnim županijama privlače znatno veći udio kulturom motiviranih posjetitelja (49%) u odnosu na one u obalnim županijama (27%),
- prosječna dnevna potrošnja posjetitelja iznosi 45 eura na višednevnim putovanjima, odnosno 28 eura na jednodnevnim dok su najbolji potrošači posjetitelji muzeja i galerija.

1.2. Utjecaj pandemije COVID – 19 na kulturni turizam

Prema Telišman-Košuta (2020) promatrajući 50-godišnji ciklus izrazitog globalnog rasta, turizam se susreo s raznim tipovima kriza. Krize su gotovo uvijek sa sobom donijele trenutani i dramatičan pad potražnje što je bio slučaj i ovoga puta. Na korona virus svijet je

odgovorio lockdownom pa je sukladno tome World Tourism Organization (UNWTO) prognozirao pad međunarodnih turističkih dolazaka u 2020. godini od 20% do 30%, The Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) smanjenje od 45% do 70%. Prognoze za Hrvatsku bile su 30 postotni pad turističke potrošnje u najboljem slučaju. Turizam je na globalnoj razini zasigurno jedna od pandemijom najteže pogođenih gospodarskih aktivnosti što, s obzirom na njegov značaj u svjetskoj ekonomiji, niti jednu zemlju ne ostavlja imunom, a posebno ne one, poput Hrvatske, koje su izrazito ovisne o međunarodnim turističkim kretanjima (Telišman-Košuta, 2020).

Prema United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) (2021) 89% država u vrijeme lockdowna zatvorilo je lokalitete s Popisa svjetske baštine, što dijelom, što u potpunosti. Otkazivanje putovanja dovelo je do znatnog smanjenja prihoda i problema s likvidnošću za sve koji se bave turizmom. "Svjetska turistička organizacija procjenjuje da se međunarodni turizam smanjio za 60%, dok gubitci u globalnom sektoru putovanja iznose 840 do 1.000 milijardi eura" (Benko, Krstanović i Sovulj, 2022:4).

Učinke pandemije COVID-19 koji su ranije spomenuti osjetile su i hrvatske kulturne institucije, otkazani su i brojni koncerti i događanja, ali Hrvatskoj je najveći udar glede kulturnog turizma nesumnjivo zadalo obustavljanje većine aktivnosti projekta Rijeka 2020 – Europska prijestolnica kulture, koje su trebale postati važan atrakcijski čimbenik turizma Rijeke, Kvarnera i čitave Primorsko-goranske županije (Vodanović Lukić i Lukić, 2020). Krešić i Mikulić (2020) zaključuju da će do potpunog oporavka turizma, kako u svijetu tako i u Hrvatskoj, doći kada prođe opasnost od bolesti COVID-19 te kada se na globalnom turističkom tržištu iznova ostvari ravnoteža i povjerenje između turističke ponude i potražnje, što predstavlja jasan preduvjet svakog turističkog rasta i razvoja.

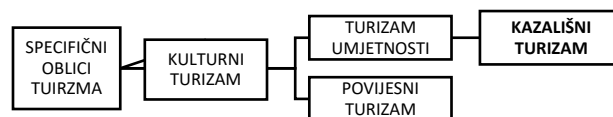
Zahvaljujući tehnologiji, na internetskim platformama se u vrijeme najjače pogođenosti svijeta koronavirusom nalazilo više dostupnog besplatnog kulturnog sadržaja nego ikad prije. Nameće se pitanje isplativosti poduzimanja takvih koraka kao i pitanje kako će se to odraziti na kulturne institucije u budućnosti (Domšić, Franić i Marjanović, 2021). U Hrvatskoj je zahvaljujući inicijativi Vlade Republike

Hrvatske, na Službenoj stranici Vlade za dobivanje pravodobnih i točnih informacija o koronavirusu - KORONAVIRUS.HR objavljen i redovito ažuriran popis online kulturnog sadržaja pa su tako koncerti, izložbe, kazališne predstave i drugi kulturni sadržaji bili dostupni građanima i za vrijeme trajanja epidemioloških mjera¹.

2. Kazališni turizam

Prilikom definiranja pojma kazališnog turizma nužno je dotaknuti se pojma umjetnosti budući da umjetnost kao takva predstavlja pododjeljak kulture, a iz čega naposljetku proizlazi kazalište (Slika 2.). "Umjetnost je stvaralačka djelatnost zasnovana na osjetilnosti i izražena pomoću govorne ili pisane riječi, glasa, linija, boja, pokreta, plastičnog oblika, konstrukcije i dr., odnosno velika vještina u čemu" (Cetinski, Šugar i Perić, 2012:6). Tradicionalna podjela umjetnosti je na kazalište, književnost, glazbu, slikarstvo, kiparstvo, arhitekturu, ples, a u novije vrijeme i na fotografiju, film, performans i, možda, strip. Spomenute vrste umjetnosti u sebi sadrže različite podvrste, kao npr. ples koji se dijeli na klasični balet, suvremeni ples, fizički teatar itd. (Pećnjak i Bratulin, 2013).

SLIKA 2: HIJERARHIJSKI PRIKAZ KAZALIŠNOG TURIZMA



Izvor: prilagođeno prema Jolliffe, C. i Cave, J. (2012): Arts tourism. U Robinson, P., ur. *Tourism: The Key Concepts*. Abingdon: Routledge, str. 14-16.

Kazalište podrazumijeva predstave koje nastaju prema scenariju, a izvode ih glumci pred publikom unutar kazališnog prostora (Watts, 2012). Tradicionalne kazališne predstave obično kombiniraju glumu, pjevanje, ples i glazbu, dijalog, naraciju ili recitaciju, a mogu uključivati i lutkarstvo ili pantomimu. Ove vrste umjetnosti ne predstavljaju samo izvedbeni značaj za publiku, već mogu igrati ključne uloge u kulturi i društvu².

Kazališni turizam je podoblik turizma u kojemu destinacije čine kazališta. Što znači da je svrha turizma za posjetitelje kazališta – „turističku publiku” – vidjeti opere, predstave, mjuzikle koji se izvode u određenim kazalištima (Bennett, 2005). Espuña (2018) iznio je

¹ Vlada Republike Hrvatske. Popis online kulturnog sadržaja, <<https://koronavirus.hr/popis-online-kulturnog-sadrzaja/134>>. Pristupljeno 11. kolovoza 2022.

² UNESCO. Performing arts (such as traditional music, dance and theatre), <<https://ich.unesco.org/en/performing-arts-00054>>. Pristupljeno 17. kolovoza 2022.

dobivene rezultate istraživanja fenomena kazališnog turizma koji se odnose na koristi koje proizlaze iz ovog fenomena, za turizam, ali i za kazalište. Navedeno je prikazano na Tablici 1.

TABLICA 1: KORISTI OD KAZALIŠNOG TURIZMA

ZA TURIZAM	ZA KAZALIŠTE
<ul style="list-style-type: none"> - Kazališna ponuda promovirana u turizmu može pomoći u jačanju kulturnog brenda destinacije. - Kazalište može ponuditi lokalna iskustva. - Kazalište je interesantno sredstvo za književni turizam. - Kazalište može biti pokretač nacionalnog turizma i vraćanja posjetitelja u destinaciju. - Kazalište nudi rješenje za probleme sezonalnosti turizma. 	<ul style="list-style-type: none"> - Turizam može ponuditi međunarodnu promociju i stvoriti nove izvore prihoda. - Turizam može stvoriti novu publiku (na nacionalnoj razini i međunarodnoj). - Turizam može pružiti nove mogućnosti zapošljavanja i potaknuti stvaranje nove proizvodnje. - Turizam može produžiti kazališnu sezonu. - Turizam može produžiti životni vijek predstave.

Izvor: *España, L., S. (2018): Tourism&Theatre To be or not to be, EUHT CETT-UB university, str. 12*

Prema svemu iznesenom, za zaključiti je da se umjetnost i turizam međusobno izvrsno nadopunjuju zajedno tvoreći uzajamnu korist (Song, 2015).

Kada je riječ o kazališnim turistima, Zieba (2016) tvrdi da će pojedinci prije posjetiti umjetničku izvedbu dok su izvan svog domicila. To može biti iz više razloga. Prvo, turisti obično imaju na raspolaganju više slobodnog vremena nego kod kuće, tako da cijena njihova slobodnog vremena, mjerena oportunitetnim troškovima vremena, može biti jednaka nuli. Vjerojatnije je da će turisti aktivnije organizirati svoje slobodno vrijeme ili će možda biti spremniji, na primjer, stajati u redu kako bi kupili ulaznicu za kazalište. Drugo, vjerojatnije je da će turisti posjetiti operu ili glazbenu izvedbu, ne samo zato što redovito posjećuju kazalište, već i zbog činjenice da povijesno kazalište može biti jedna od atrakcija u regiji. Međutim, Bennett (2005) tvrdi da je turistička publika kao i mnogo toga što odluči vidjeti, često predmet komentiranja i omalovažavanja ozbiljne kazališne publike i akademskih pisaca.

Kazalište prkosi logici transnacionalne tržišne ekonomije budući da za turizam važnost kazališta možda nije umjetnički proizvod sam po sebi, već ono čime ono doslovno i simbolično doprinosi kontekstualnom komercijalnom okruženju. Značaj kazališnih četvrti ogleda se u povećanju urbanosti grada, bogate kulturne prijestolnice, javnog života umjetnosti i zadovoljstva te gospodarstva (Bennett, 2005).

3. Empirijsko istraživanje: preferencije kazališnih turista o kazališnom turizmu uopće i u vrijeme pandemije COVID-19

Udio kulturom motiviranih turista u ukupnom svjetskom turističkom tržištu iznosi 15% (Vodanović Lukić i Lukić, 2020). Značaj kulturnog turizma u porastu je i u Hrvatskoj, a prema Strategiji razvoja turizma RH do 2020., promatra ga se kao jednim od potencijalno vodećih proizvoda. Upravo iz toga razloga, ne bi ga bilo ispravno zanemariti u razmatranju učinaka pandemije COVID-19 (Vodanović Lukić i Lukić, 2020). Pandemija uzrokovana virusom COVID-19 dovela je do zatvaranja kazališta širom Europe. Međutim, kazališta u Hrvatskoj i regiji predstave su igrala povremeno i s promjenjivom srećom. One izvedbe koje su se izvele, igrane su uz propisan, za više od polovine smanjen broj gledatelja, uz obavezne maske i mjerenje temperature na ulazu. No, nerijetko su izvedbe bile iznenada otkazivane jer se netko od glumaca zarazio (Munjin, 2021).

3.1. Metodologija istraživanja

Provedeno je istraživanje percepcije ispitanika o kazališnom turizmu općenito i u vrijeme pandemije uzrokovane virusom COVID-19 na uzorku od 122 ispitanika putem anketnog upitnika tijekom kolovoza 2022. godine. Prilikom analize podataka koji su prikupljeni upitnikom korištene su različite tehnike deskriptivne i inferencijalne statistike, a kao alat analize korišten je statistički program SPSS 26.0 (Statistical Package for the Social Sciences).

3.2. Rezultati istraživanja

Tablica 2. prikazuje sociodemografske pokazatelje ispitanika. Uočeno je da je u anketi sudjelovalo više žena nego muškaraca (65,6% naprema 34,4%). Ispitanici su u najvećoj mjeri visoke stručne sprema s udjelom od 42,6%, uglavnom dolaze iz Virovitičko-podravске županije (55,7%), a najveći udio od ispitanih ima mjesečna primanja u iznosu do 6.000,00 kn (26,2%). Većina ispitanika (76,2%) živi u gradu te imaju status zaposlenih osoba (77,0%).

TABLICA 2: SOCIODEMOGRAFSKE KARAKTERISTIKE ISPITANIKA

		N	%
Spol	Ženski	80	65,6%
	Muški	42	34,4%
Najviši završeni stupanj obrazovanja?	Niža stručna sprema	0	0,0%
	Srednja stručna sprema	37	30,3%
	Viša stručna sprema ili prvostupnik	32	26,2%
	Visoka stručna sprema	52	42,6%

	Doktorica/doktor znanosti (poslijediplomski doktorski studij)	1	0,8%
Označite županiju iz koje dolazite	Grad Zagreb	15	12,3%
	Virovitičko-podravaska	68	55,7%
	Ostalo	39	32,0%
Kolika su Vaša mjesečna primanja?	Do 4.000,00 kn	11	9,0%
	Do 6.000,00 kn	32	26,2%
	Do 8.000,00 kn	28	23,0%
	Do 10.000,00 kn	7	5,7%
	Više od 10.000,00 kn	24	19,7%
	Bez mjesečnih primanja	20	16,4%
Označite gdje stanujete	Grad	93	76,2%
	Prigradsko naselje	11	9,0%
	Selo	18	14,8%
Jeste li zaposleni?	Da	94	77,0%
	Ne	28	23,0%

Izvor: izrada autora

Tablica 3. prikazuje preferencije ispitanika o odlasku na kazališnu predstavu. Uočeno je da veći broj ispitanika: 36,9% manje od jednom godišnje odlazi u kazalište, 29,5% je spremno izdvojiti do 100,00kn za ulaznicu kazališne predstave, da na 91% ispitanika tematika najviše utječe pri odabiru predstave (dok produkcija i kazališna kritika najmanje utječu), da za 78,7% ispitanika popunjenost gledališta ne predstavlja važnost pri donošenju odluke odlaska na predstavu, ali bi radije pratili predstavu u punom gledalištu (62,3%). Također, rezultati ukazuju na primaran motiv ove vrste turista, pri čemu je kazališna predstava primaran motiv (56,8%), dok su destinacija i njezini popratni sadržaji sekundarni (43,2%).

TABLICA 3: PREFERENCIJE ISPITANIKA O ODLASKU NA KAZALIŠNU PREDSTAVU

		N	%
Koliko često odlazite u kazalište?	Jednom mjesečno	16	13,1%
	Šest puta godišnje ili više	15	12,3%
	Tri puta godišnje ili više	13	10,7%
	Manje od tri puta godišnje	19	15,6%
	Jednom godišnje	14	11,5%
	Manje od jednom godišnje	45	36,9%
Koliki ste iznos novca spremni izdvojiti za ulaznicu za kazališnu predstavu?	Do 30,00 kn	8	6,6%
	Do 50,00 kn	31	25,4%
	Do 70,00 kn	28	23,0%
	Do 100,00 kn	36	29,5%
	Više od 100,00 kn	19	15,6%
Što utječe na Vaš odabir kazališne predstave: Tematika?	Da	111	91,0%
	Ne	11	9,0%

Što utječe na Vaš odabir kazališne predstave: Djelo?	Da	56	45,9%
	Ne	66	54,1%
Što utječe na Vaš odabir kazališne predstave: Žanr?	Da	70	57,4%
	Ne	52	42,6%
Što utječe na Vaš odabir kazališne predstave: Glumci?	Da	61	50,0%
	Ne	61	50,0%
Što utječe na Vaš odabir kazališne predstave: Produkcija?	Da	20	16,4%
	Ne	102	83,6%
Što utječe na Vaš odabir kazališne predstave: Kazališna kritika?	Da	15	12,3%
	Ne	107	87,7%
Utječe li popunjenost gledališta na Vašu odluku odlaska na predstavu?	Da	26	21,3%
	Ne	96	78,7%
Biste li radije gledali predstavu u punom gledalištu ili u gledalištu s manje publike?	U punom gledalištu	76	62,3%
	U gledalištu s manje publike	46	37,7%
Što Vas je više privuklo?	Kazališna predstava	46	56,8%
	Destinacija i dodatni sadržaji u destinaciji	35	43,2%

Izvor: izrada autora

Tablica 4. prikazuje preferencije ispitanika o kazališnom turizmu za vrijeme pandemije COVID-19. Većina ispitanika (54,9%) izjasnila se je da nisu odlazila na predstave za vrijeme pandemije te da odlazak na predstavu nije bio jednako učestao kao i prije pandemije (63,9%). Kao glavni razlog u najvećoj mjeri ispitanici su istaknuli uvođenje epidemioloških mjera (40,2%).

TABLICA 4: PREFERENCIJE ISPITANIKA O KAZALIŠNOM TURIZMU ZA VRIJEME PANDEMIJE

		N	%
Jeste li odlazili na kazališne predstave za vrijeme trajanja pandemije?	Da	55	45,1%
	Ne	67	54,9%
Je li to bilo jednako učestalo kao i prije pandemije?	Da	44	36,1%
	Ne	78	63,9%
Ako niste odlazili na kazališne predstave ili ako ste rjeđe nego prije odlazili na kazališne predstave za vrijeme trajanja pandemije korona virusa označite što je utjecalo na to: (moguće je odabrati više odgovora)	Zatvaranje kazališta	41	33,6%
	Smanjen broj igranja predstava u kazalištima	40	32,8%
	Strah od zaraze korona virusom	24	19,7%
Uvođenje epidemioloških mjera		49	40,2%
	Smanjeni mjesečni prihodi	12	9,8%

	Odlazio/la sam na kazališne predstave jednako učestalo kao i prije pandemije korona virusa	47	38,5%
--	--	----	-------

Izvor: izrada autora

Unutar Tablice 5. vidljiva je usporedba preferencija ispitanika za kazališnim turizmom prije i za vrijeme pandemije COVID - 19 pri čemu se ističe značajna razlika vezana za gledanje kazališne predstave u destinaciji udaljenijoj više od 60km od njihova domicila. Tako je prije pandemije njih 61,5% gledalo predstavu, dok za vrijeme pandemije njih 81,1% nije. Najveći broj posjećenih predstava prije (49,2%) i za vrijeme pandemije (11,5%) bilježi grad Zagreb te je isto tako većina ispitanika ujedno noćila u toj destinaciji i posjetila druge kulturne atrakcije destinacije.

TABLICA 5. USPOREDBA PREFERENCIJA ISPITANIKA PRIJE I ZA VRIJEME PANDEMIJE

		Prije pandemije		Za vrijeme pandemije	
		N	%	N	%
Jeste li pogledali kazališnu predstavu u destinaciji udaljenoj više od 60 km od Vašeg domicila?	Da	75	61,5%	23	18,9%
	Ne	47	38,5%	99	81,1%
U kojem gradu?	Osijek	32	26,2%	8	6,6%
	Zagreb	60	49,2%	14	11,5%
	Rijeka	8	6,6%	1	0,8%
	Split	3	2,5%	3	2,5%
	Dubrovnik	6	4,9%	1	0,8%
	Drugi grad/ovi u Hrvatskoj	24	19,7%	9	7,4%
	Drugi grad/ovi u Europi	16	13,1%	3	2,5%
Jeste li tada noćili u toj destinaciji?	Da	44	53,0%	18	64,3%
	Ne	39	47,0%	10	35,7%
Jeste li osim pogledane	Da	63	75,9%	20	74,1%
	Ne	20	24,1%	7	25,9%

predstave posjetili i neke druge kulturne atrakcije u destinaciji?					
--	--	--	--	--	--

Izvor: izrada autora

Promatra li se razina signifikantnosti kod pitanja navedenih u Tablici 6. može se uočiti kako vrijednost Hi kvadrat testa iznosi $p < 0,05$, što znači da je uočena statistički značajna razlika s obzirom na situaciju prije i tijekom pandemije korona virusa.

TABLICA 6. USPOREDBA PREFERENCIJA ISPITANIKA U NORMALNIM UVJETIMA I ZA VRIJEME PANDEMIJE (HI KVADRAT TEST)

Jeste li ikada pogledali predstavu u kazalištu udaljenom više od 60 km od Vašeg domicila?	Chi-square	46,112
	df	1
	Sig.	,000*
U kojem gradu: Osijek?	Chi-square	17,224
	df	1
	Sig.	,000*
U kojem gradu: Zagreb?	Chi-square	41,042
	df	1
	Sig.	,000*
U kojem gradu: Rijeka?	Chi-square	5,653
	df	1
	Sig.	,017*
U kojem gradu: Split?	Chi-square	,000
	df	1
	Sig.	1,000
U kojem gradu: Dubrovnik?	Chi-square	3,677
	df	1
	Sig.	,055
U kojem gradu: Drugi grad/ovi u Hrvatskoj?	Chi-square	7,885
	df	1
	Sig.	,005*
U kojem gradu: Drugi grad/ovi u Europi?	Chi-square	9,646
	df	1
	Sig.	,002*
U kojem gradu: Nisam gledao/la predstavu u gradu udaljenom više od 60 km od mogega domicila	Chi-square	5,734
	df	1
	Sig.	,017*
Jeste li tada noćili u toj destinaciji?	Chi-square	1,079
	df	1
	Sig.	,299
Jeste li osim pogledane predstave posjetili i neke druge kulturne atrakcije u destinaciji?	Chi-square	,037
	df	1
	Sig.	,848

Izvor: izrada autora

3.3. Rasprava dobivenih rezultata

Provedenim istraživanjem prikazane su preferencije ispitanika za kazališnim turizmom. Prosječnog ispitanika čini ženska osoba, visoke stručne spreme, koja dolazi iz Virovitičko - podravske županije, živi u gradu, ima mjesečna primanja do 6000,00 kn te je zaposlena. Ispitanici u kazalište najčešće odlaze manje od jednom godišnje te su spremni izdvojiti do 100,00 kn za ulaznicu kazališne predstave. U najvećoj mjeri tematika utječe pri odabiru predstave, dok su produkcija i kazališna kritika manje važne. Popunjenost

kazališta ne utječe na odluku odlaska na predstavu, ali bi ispitanici radije gledali predstavu u punom gledalištu. Primarni motiv ispitanika je kazališna predstava, dok sekundarni uključuje i dodatne turističke sadržaje destinacije. Iz prikazanih preferencija vidljivo je da još uvijek ne postoji u većoj mjeri učestalost odlaska u kazalište jednom ili više puta godišnje. Također, ispitanici su podjednako mišljenja kada je riječ o motivima (djelo, žanr, glumci) dolaska na predstavu.

Preferencije ispitanika za kazališnim turizmom značajno se mijenjaju pojavom pandemije COVID-19. Istraživanjem je dokazano da su ispitanici manje odlazili na kazališne predstave (odnosno nisu odlazili jednako učestalo kao prije pojave pandemije). Kao glavni uzroci ističu se epidemiološke mjere, zatvaranje kazališta i smanjen broj održanih predstava, dok su strah od zaraze i smanjeni mjesečni prihodi u manjoj mjeri prisutni. Većina ispitanika ističe Zagreb kao najposjećeniju destinaciju kazališnog turizma prije i za vrijeme pandemije. Također, prije i za vrijeme pandemije, u toj destinaciji je većina ispitanika noćila te posjetila dodatne kulturne atrakcije. To ukazuje na to da kazališni turizam utječe na posjećenost drugih kulturnih atrakcija unutar destinacije te ostvaruje turistički promet u broju dolazaka i noćenja.

4. Zaključak

Iako se specifičnim oblicima turizma smatraju oni oblici turizma koji su privlačni manjem broju turista, kulturni turizam važan je oblik turizma čiji prihodi čine znatan udio u ukupnim turističkim prihodima na globalnoj razini. Kulturni turizam moguće je razdijeliti na turizam umjetnosti i povijesni turizam, pri čemu se kazališni turizam promatra kao segment turizma umjetnosti, a kazališni turisti dijele se ovisno o motivaciji. Kazalište ima značajan potencijal za razvoj nekog naroda ili države, ono posjeduje pedagoške kvalitete, prosvjetljuje društvo dok u isto vrijeme pruža zabavu. Pojavom pandemije COVID-19 upitno je održavanje kazališnih predstava pa tako i pružanja spomenute zabave i prosvjetljivanja društva. Bez obzira na barijere uvedene pojavom pandemije, kulturni turizam u Republici Hrvatskoj pronašao je način kako zadovoljiti želju za predstavama uvođenjem online izvedba.

Empirijski dio rada dao je pregled preferencija kazališnih turista te prikazao promjene u preferencijama pojavom pandemije. Vidljivo je da je za vrijeme pandemije došlo da pada gledanosti kazališnih predstava, a kao glavni razlog ističu se epidemiološke mjere. Doprinos rada ogleda se u prikazu preferencija

općenito i preferencijama za kazališnim turizmom u vrijeme pandemije COVID-19. Buduća istraživanja mogu biti usmjerena na izučavanje preferencija nakon pandemije, tj. uočavanje da li se potražnja za kazališnim turizmom povećala nakon ukidanja epidemioloških mjera. Također, buduća istraživanja mogu proučiti postoji li potreba, tj. potražnja za kazališnim predstavama koje bi se održavale on-line te na koji način kazalište može imati potencijal za razvoj države.

Literatura

- [1] Adams, K., A. (2008): Cultural tourism, dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/268150617_Cultural_Tourism (1.8.2022.)
- [2] Bartoluci, M. (2013): Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva. Zagreb: Školska knjiga
- [3] Benko, L., Krstanović, K. i Sovulj L. (2022): *Procjena učinaka pandemije koronavirusa na turističke dolaske i noćenja u Republici Hrvatskoj te na vrijednost CROBEXturist indeksa Zagrebačke burze, EFZG working paper series* Vol. 2022 br 1 (1-33)
- [4] Bennett, S. (2005): *Theatre/Tourism, Theatre Journal* Vol57 br. 3 (407-428)
- [5] Cetinski, V., Šugar, V. i Perić, M. (2012): Menadžment institucija i destinacija kulture. Opatija: Sveučilište u Rijeci
- [6] Domšić, L., Franić, B. i Marjanović, L. (2021): *Internetske izvedbene umjetnosti u doba pandemije: nužno zlo ili nova kulturna praksa? Sociologija i prostor: časopis za istraživanje prostornoga i sociokulturnog razvoja*, Vol. 59 br. 3 (222), (453-472)
- [7] Dujmović, D (2014): Postmoderno društvo i turizam. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma
- [8] Espuňa, L., S. (2018): *Tourism&Theatre To be or not to be*, dostupno na: https://www.academia.edu/36820431/Tourism_and_Theatre_to_be_or_not_to_be (3.7.2022.)
- [9] Golja, T. (2016): Menadžment u kulturi i turizmu. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
- [10] Institut za turizam (2009): Kulturni turizam, dostupno na: http://www.iztg.hr/UserFiles/File/novosti/2009_TOMAS_Kulturni_turizam_2008_Sazetak_i_Prezentacija.pdf (1.8.2022.)
- [11] Jolliffe, L. i Cave, J. (2012): Visitor Interpretation, Key Concepts in Tourism, dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/260125271_Visitor_Interpretation_Key_Concepts_in_Tourism (13.9.2022.)
- [12] Krešić, D. i Mikulić, J. (2020): Scenarij faznog pristupa oporavku turističkog tržišta nakon COVID-19 pandemije, dostupno na: http://www.iztg.hr/files/file/RADOVI/2020/COVID-19/Kre%C5%A1i%C4%87-D_Mikuli%C4%87-J_2020.pdf (14.7.2022.)
- [13] Ministarstvo turizma (2003): Strategija razvoja kulturnog turizma
- [14] Munjin, B. (2021): *Vrijeme straha i nade. Kazališta u doba korone, u Hrvatskoj i regiji, Kazalište: časopis za kazališnu umjetnost*, Vol. XXIV No. 85/86 (174-176)
- [15] Pečnjak, D. i Bratulin, D. (2013) Definicije umjetnosti i formalizam, *Bogoslovska smotra*, Vol. 83 br.. 2, (375 –390)
- [16] Song, H. (2015): Theatrical performance in the tourism industry, An importance satisfaction analysis, dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/282516860_Theatrical_performance_in_the_tourism_industry_An_importance-satisfaction_analysis (23.7.2022.)

- [17] Telišman-Košuta, N. (2020): Turizam nakon doba korone: Što će biti drugačije? Što može biti bolje?, dostupno na: http://www.iztg.hr/files/file/RADOVI/2020/COVID-19/Teli%C5%A1man-Ko%C5%A1uta-N_2020.pdf (12.7.2022.)
- [18] Tubić, D. (2019): Ruralni turizam: od teorije do empirije. Virovitica: Visoka škola Virovitica
- [19] UNESCO (2021): World Heritage in the face of COVID-19. Paris: UNESCO
- [20] UNESCO, Performing arts (such as traditional music, dance and theatre), dostupno na: <https://ich.unesco.org/en/performing-arts-00054> (17.8.2022.)
- [21] Valčić, M. (2018): Turizam i kultura. Zagreb: Naklada Jurčić d.o.o.
- [22] Vlada Republike Hrvatske, Popis online kulturnog sadržaja, dostupno na: <https://koronavirus.hr/popis-online-kulturnog-sadrzaja/134> (11.8.2022.)
- [23] Vlada Republike Hrvatske, Popis online kulturnog sadržaja, dostupno na: <https://koronavirus.hr/popis-online-kulturnog-sadrzaja/134> (11.8.2022.)
- [24] Vodanović Lukić, I. i Lukić, I (2020): Small is beautiful (and safe): utjecaj pandemije COVID-19 na kulturni turizam, dostupno na: http://www.iztg.hr/files/file/RADOVI/2020/COVID-19/Vodanovi%C4%87-Luki%C4%87-I_Luki%C4%87-A_2020.pdf (21.8.2022.)
- [25] Watts, J. (2012): One Art with Two Sides: Theatre and Performance Art, dostupno na: <https://digitalcommons.coastal.edu/honors-theses/69/> (10.7.2022.)
- [26] Zieba, M. (2016): *Tourism flows and the demand for regional and city theatres in Austria. Journal of Cultural Economics*, Vol 40 br.2 (191-221)