

# London kao turističko odredište

---

**Habajec, Lucija**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2022**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **Polytechnic of Međimurje in Čakovec / Međimursko veleučilište u Čakovcu**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:110:534205>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-02-22**



*Repository / Repozitorij:*

[Polytechnic of Međimurje in Čakovec Repository -  
Polytechnic of Međimurje Undergraduate and  
Graduate Theses Repository](#)



MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU

PREDDIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ MENADŽMENT TURIZMA I  
SPORTA

Lucija Habajec

**LONDON KAO TURISTIČKO ODREDIŠTE**

ZAVRŠNI RAD

ČAKOVEC, rujan 2022.

MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU

PREDDIPLOMSKI STURČNI SRUDIJ MENADŽMENT TURIZMA I  
SPORTA

Lucija Habajec

**LONDON KAO TURISTIČKO ODREDIŠTE**  
**LONDON AS A TOURIST DESTINATION**

ZAVRŠNI RAD

Mentor:

Mr. sc. Ivan Hegeduš, v. pred.

Čakovec, rujan 2022.

**MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU**  
**ODBOR ZA ZAVRŠNI RAD**

Čakovec, 25. veljače 2022.

Grana: **5.01.06 opća ekonomija**

**ZAVRŠNI ZADATAK br. 2021-MTS-R-92**

Pristupnik: **Lucija Habajec (0313023804)**  
Studij: redovni preddiplomski stručni studij Menadžment turizma i sporta  
Smjer: Menadžment turizma

Zadatak: **London kao turističko odredište**

Opis zadatka:

London je jedan od najpoznatijih gradova svijeta i obiluje sa mnogobrojnim turističkim resursima i atrakcijama. Koji su najpoznatiji turistički resursi Londona i po čemu je London najpoznatiji na turističkoj karti svijeta? Kakva je struktura posjetitelja koji dolaze u London i čemu se posjetitelji najviše dive? Ulaže li London dovoljno u svoju turističku promociju i kakva je budućnost Londona u turističkom smislu? Raste li ili pada broj turista s obzirom na pandemiju? Koliko je kraljevska obitelj zaslužna za razvoj turizma Londona ili su možda neki drugi turistički resursi značajniji i bitniji od kraljevske obitelji?

Zadatak uručen pristupniku: 25. veljače 2022.

Rok za predaju rada: 20. rujna 2022.

Mentor:



---

mr. sc. Ivan Hegeduš, v. pred.

Predsjednik povjerenstva za  
završni ispit:

---

## **ZAHVALA**

Želim zahvaliti dragom mentoru na usmjeravanju i vođenju prilikom pisanja, čime je omogućio da temu završnog rada kvalitetno razložim i sročim u strukturiranu cjelinu.

Lucija Habajec

# SADRŽAJ

## Sažetak

<b>1. UVOD</b> .....	<b>7</b>
<b>2. TEORIJSKI PREGLED LITERATURE</b> .....	<b>9</b>
<b>2.1. Pojam turističkog odredišta</b> .....	<b>9</b>
<b>2.2. London kao turističko odredište</b> .....	<b>10</b>
<b>2.3. Turistički resursi Londona</b> .....	<b>11</b>
<b>2.3.1. Big Ben i Buckingham Palace</b> .....	<b>11</b>
<b>2.3.2. Hyde Park</b> .....	<b>12</b>
<b>2.3.3. London Eye</b> .....	<b>12</b>
<b>2.3.4. Tower Bridge i Tower of London</b> .....	<b>12</b>
<b>2.3.5. Trafalgar Square i Piccadilly Circus</b> .....	<b>12</b>
<b>2.3.6. Westminster Palace i Westminster Abbey</b> .....	<b>13</b>
<b>2.4 Manifestacije u Londonu</b> .....	<b>13</b>
<b>2.4.1. Chelsea – sajam cvijeća i Londonski sajam knjiga</b> .....	<b>14</b>
<b>2.4.2. Izmjena kraljevske straže</b> .....	<b>15</b>
<b>2.4.3. London Fashion Week, London Film Festival i Londonski maraton</b> .....	<b>15</b>
<b>2.4.4. Notting Hill karneval</b> .....	<b>15</b>
<b>2.4.5. Wimbledon</b> .....	<b>16</b>
<b>3. ISTRAŽIVANJE O ZAINTERESIRANOSTI I ZNANJU HRVATA O TURISTIČKIM RESURSIMA LONDONA</b> .....	<b>17</b>
<b>3.1 Metodologija istraživanja</b> .....	<b>17</b>
<b>3.2 Karakteristike uzorka</b> .....	<b>17</b>
<b>3.3. Rezultati istraživanja</b> .....	<b>20</b>
<b>3.4 Ograničenja istraživanja</b> .....	<b>25</b>
<b>4. ZAKLJUČAK</b> .....	<b>26</b>
<b>5. LITERATURA</b> .....	<b>28</b>
<b>PRILOZI</b>	

## Sažetak

London je glavni grad Ujedinjenog Kraljevstva. Nalazi se na jugoistočnom dijelu pokrajine Engleske, pored rijeke Temze. Jedan je od najposjećenijih i najpoznatijih gradova na svijetu i vrlo je značajan na turističkoj karti svijeta. Godišnje privlači velik broj turista koji uvelike doprinose njegovom položaju na turističkom tržištu. S druge strane, posjećenost grada je u godini nakon pojave pandemije naglo pala. Od svoje daleke povijesti pa sve do danas, London je kulturno, povijesno, političko, prometno, administrativno i financijsko središte svoje zemlje te svojim brojnim turističkim atrakcijama i manifestacijama uvelike doprinosi turizmu Ujedinjenog Kraljevstva. Obiluje brojnim povijesnim i kulturnim dobrima, trgovima, ulicama, palačama, katedralama, ulicama, restoranima, muzejima, a svojom šarolikom ponudom manifestacija nudi festivale, izmjenu kraljevske straže, sportska natjecanja i brojne druge aktivnosti.

U ovom radu predstavljeno je istraživanje koje se bavi proučavanjem zainteresiranosti i znanja hrvatskih državljana o Londonu. Sastavljen je anketni upitnik koji se provodio putem interneta, prvenstveno putem društvenih mreža. U upitniku su postavljena pitanja o osnovnim karakteristikama ispitanika, a zatim su trebali označiti turističke atrakcije i manifestacije u Londonu koje su im poznate. Trebali su odabrati glavne motive za posjet Londonu, iskazati svoje mišljenje o turističkoj promociji Londona u Hrvatskoj te što misle o pandemiji COVID-19 i bi li spriječila njihov odlazak u spomenuti grad. Dobiveni rezultati pokazali su kako ispitanici poznaju više turističkih atrakcija, kulturno povijesnih dobara, palača, trgova, nego turističkih manifestacija koje grad nudi. Neki ispitanici i dalje smatraju kako je pandemija jedan od razloga koja sprječava putovanje u London, iako većina ispitanika ne smatra tako. Također smatraju kako je pandemija poprilično utjecala na sam turizam u ovom britanskom gradu. Utvrđeno je kako misle da se London ne promovira dovoljno u Hrvatskoj. London bi, kao grad na svjetskoj razini, trebao poboljšati svoju promociju u Hrvatskoj kako bi imao još više posjetitelja i unaprijedio svoj položaj na turističkom tržištu.

*Ključne riječi: London, turističke atrakcije, turističke manifestacije, turistički motivi, turistička promocija, pandemija*

## 1. UVOD

London, glavni grad Ujedinjenog Kraljevstva, ali i Engleske, jedan je od najvažnijih turističkih odredišta, kako u Europi, tako i u svijetu. On je ujedno i kulturno, ekonomsko i transportno središte u državi (<https://www.britannica.com/place/London/History>). Svojim brojnim turističkim atrakcijama godišnje privlači velik broj turista i vrlo je prepoznatljiv na turističkoj karti svijeta.

Problem istraživanja polazi od činjenice da su dosadašnja istraživanja pokazala kako sve veći broj suvremenih turista putuje u London prvenstveno radi posjeta poznatim povijesnim građevinama, kulturnim atrakcijama, parkovima, vrtovima, posjeta kazalištu, obavljanja kupovine, isprobavanja lokalne kuhinje, sudjelovanja u sportskim aktivnostima, ali i da su posjetitelji dobro upoznati s njegovim znamenitostima u usporedbi s ostalim britanskim gradovima ([https://www.visitbritain.org/sites/default/files/vb-corporate/Documents-Library/documents/England-documents/discover\\_england\\_initial\\_summary\\_report\\_v6\\_310816.pdf](https://www.visitbritain.org/sites/default/files/vb-corporate/Documents-Library/documents/England-documents/discover_england_initial_summary_report_v6_310816.pdf)). Također, istraživanja su pokazala kako je u 2020. godini posjećenost Londona iznimno pala u usporedbi s prošlom 2019. godinom zbog pojave pandemije COVID-19 (<https://www.statista.com/statistics/487467/overseas-visits-to-london-united-kingdom/>).

Pretpostavka ovog rada jest da hrvatsko stanovništvo nije dovoljno upoznato i nije u doticaju sa informacijama o ovom svjetskom gradu, te kako spomenuta pandemija u određenoj mjeri sprječava potencijalne turiste da posjete London.

Predmet istraživanja ovog rada jest znanje hrvatskih ispitanika o Londonu, koliko su upoznati sa njegovim najpoznatijim turističkim resursima, od kulturnih znamenitosti do manifestacija. Cilj je istražiti, ispitati i utvrditi što bi hrvatsko stanovništvo motiviralo posjetu Londonu te koliko su zadovoljni sa turističkom promocijom tog grada u Republici Hrvatskoj. Također, cilj je utvrditi koje turističke atrakcije grada privlače najveći broj turista i koje bi atrakcije mogle poboljšati turističku ponudu Londona. Osim navedenog, istraženo je kako je pandemija COVID-19 utjecala na turizam u gradu i je li se smirivanjem pandemije turizam u Londonu popravio.

Ciljevi ovog istraživačkog rada jesu istražiti najpoznatije turističke atrakcije Londona, utvrditi na koje je sve načine pandemija utjecala na turizam Londona, te istražiti turističke motive Hrvata te procijeniti njihovo znanje o turističkim atrakcijama i manifestacijama Londona.



Ovaj istraživački rad sastoji se od teorijskog pregleda literature u kojem se objašnjavaju pojmovi turističkog odredišta, Londona kao turističkog odredišta, turistički resursi i manifestacije grada. U drugom dijelu rada nalazi se istraživački dio rada s metodologijom, karakteristikama, rezultatima i ograničenjima istraživanja. U trećem, posljednjem dijelu rada, nalazi se zaključak.

## 2. TEORIJSKI PREGLED LITERATURE

U nastavku završnog rada nalazi se teorijski pregled literature u kojem su objašnjeni glavni termini koji se odnose na obrađenu temu, a to su: turističko odredište i London kao turističko odredište te sadrži kratak opis samog grada iza kojeg slijedi popis i opisivanje najvažnijih turističkih resursa koje London sadrži.

### 2.1. Pojam turističkog odredišta

Turističko odredište ili turistička destinacija dijele isto značenje. „Pojam destinacije se počeo širiti i na istraživanja u turizmu, početkom sedamdesetih godina 20. stoljeća, postajala je sve više istoznačnica za turistički lokalitet, zonu, regiju, skup zemalja pa čak i kontinent“ (Magaš i sur., 2018:9). Turističko odredište za razliku od turističkog mjesta nema administrativne granice i time ono postaje tržišno orijentiran prostor koji sa svojim konkurentnim sposobnostima može ostvariti dugoročne rezultate na turističkom tržištu (Magaš i sur., 2018). S druge strane, postoji jedan kriterij prema kojem se određuje granica destinacije: „Definira se vremenom u kojem se u destinaciji turist može kretati do točke iz koje se u istom danu može vratiti u točku s koje je krenuo“ (Vukonić, 2015:149). Pojam turističkog odredišta može predstavljati i cilj putovanja.

„U cjelini uzevši, za turističku destinaciju treba reći:

- 1) da čini prostornu cjelinu turističke ponude
- 2) da mora raspolagati dostatnim elementima ponude
- 3) da je orijentirana tržištu, turistima
- 4) da je neovisna o administrativnim granicama
- 5) da se destinacijom mora upravljati“ (Magaš i sur., 2018:11) .

Neki drugi sinonimi za turističko odredište jesu: turističko središte, ljetovalište, turističko mjesto, odredište, hodočasničko mjesto, urbano središte, zimovalište, trgovački centar i dr. (<https://www.kontekst.io/hrvatski/turisti%C4%8Dko%20odredi%C5%A1te>).

## 2.2. London kao turističko odredište

London, smješten pored rijeke Temze, na jugoistoku Engleske, glavni je grad Ujedinjenog Kraljevstva. Njegova povijest seže daleko u prošlost, sve do 43. godine prije Krista, kada su ga Rimljani osnovali pod nazivom „Londinium“. To ga čini jednim od najstarijih gradova u svijetu. Grad je u prošlosti imao povoljan položaj s obzirom na to da se nalazio pored rijeke Temze, pa je imao dobru riječnu trgovačku povezanost s ostalim mjestima. S vremenom se grad sve više počeo razvijati i širiti, pa je tako London danas najveća metropola u cijelom Ujedinjenom Kraljevstvu. Ima ulogu gospodarskog, kulturnog i prometnog središta cijele zemlje, a svoju turističku ponudu upotpunjava brojnim muzejima, trgovinama, restoranima, sportskim aktivnostima, ali i svojom poznatom povijesti, kulturom te politikom (<https://www.britannica.com/place/London>). Gradovi su s vremenom postali važan dio turizma, pa tako Vukonić (2015) prema Vukonić i Čavlek (2001) gradski turizam definira kao „poseban oblik turizma, turističke dolaske, putovanja u gradske aglomeracije koje su tijekom povijesti bile raskrsnice, politička, administrativna i kulturna središta svojih zemalja pa danas omogućuju turistima bogat izbor kulturnih događaja, zbog kojih se oni odlučuju posjetiti neku od takvih gradskih sredina“ (Vukonić i Čavlek, 2001:111). Status turističkog grada dobiva se spajanjem administrativne, kulturne, političke, ekonomske i simboličke funkcije, a London se ističe po svom umjetničkom i kongresnom karakteru (Vukonić, 2015). Zbog svega navedenog, London je postao uspješan turistički grad.

Jedan je od najposjećenijih gradova u svijetu, a 2018. i 2019. godine London je posjetilo 21 milijun turista i ostvareno je preko 1,3 milijuna noćenja. Zbog novonastale pandemije COVID-19 2020. godine, posjećenost Londona pala je na 4,6 milijuna turista godišnje i 300 000 noćenja (<https://www.cityoflondon.gov.uk/things-to-do/tourism-trends-and-strategies/tourism-statistics>). Statista je 2016. godine utvrdila kako je grad posjetilo najviše stanovnika iz Sjedinjenih Američkih Država, zatim državljani Francuske, Njemačke, Španjolske, Italije, Irske, Nizozemske, Australije, Poljske i Švicarske (<https://www.statista.com/chart/13788/visitors-to-london-by-country-of-origin/>). Jedan od razloga turističke uspješnosti Londona je i kvalitetno pružanje usluge. Prema Kotleru i sur. (2014), najbolji način da se diferencira od konkurencije je pružanje usluge vrhunske kvalitete kako bi se nadmašila očekivanja potrošača. Prema Čavlek (1998), dokaz kako je London, odnosno Ujedinjeno Kraljevstvo, jedno od najuspješnijih i najrazvijenijih turističkih tržišta jest do da su se na području ove države razvili i prvi turoperatori.

## 2.3. Turistički resursi Londona

„Turističkim resursima smatraju se sva ona sredstva koja se mogu privesti korisnoj svrsi u turizmu nekog područja“ (Ćorluka, 2019:38). Turistički resursi trebali bi imati visok stupanj atraktivnosti kako bi privukli što veći broj turista. Mogu se gospodarski valorizirati, a svojim postojanjem utječu na razvoj određene zemlje i pridonose njenom položaju na turističkom tržištu. Dijele se na prirodne i društvene ili antropogene resurse (Ćorluka, 2019). U Londonu se nalaze resursi povijesnog, kulturnog, umjetničkog i religijskog značenja. Takvi resursi postaju dio nasljeđa koje se prenosi turistima. „Umijeće je naći odgovor na pitanje kako očuvati i prezentirati nacionalne kulture ili etničku kulturu i ujedno podnijeti potrebno „pakiranje“ koje stvara održiv, čaroban proizvod koji donosi dobit“ (Valčić, 2018:129). U nastavku rada navedeni su neki značajni turistički resursi Londona i njihove glavne karakteristike.

### 2.3.1. Big Ben i Buckingham Palace

Big Ben i Buckingham Palace značajne su, povijesne građevine koje čine London prepoznatljivom povijesnom i kraljevskom prijestolnicom te su jedne od glavnih simbola grada.

Big Ben toranj je visine 96 metara koji se nalazi pored rijeke Temze i Westminsterke palače te je poznata turistička atrakcija. Ime Big Ben zapravo se odnosi na zvono koje se nalazi unutar tornja, a teži preko 13 tona. Drugi naziv za ovu građevinu od 2012. godine je Elizabeth Tower, u čast kraljici Elizabeti i njezinoj 60. godišnjici vladavine. Ova velika povijesna konstrukcija izgrađena je 1859. godine, a ispod sata nalazi se natpis na latinskom jeziku „Domine salvam fac reginam nostram Victoriam Primam“, što u prijevodu znači „Bože, čuvaj našu kraljicu Viktoriju Prvu.“ (<https://www.visitlondon.com/things-to-do/sightseeing/london-attraction/big-ben>).

Buckingham Palace, odnosno Buckinghamska palača, službena je kraljičina rezidencija u Ujedinjenom Kraljevstvu, a kao ulogu rezidencije ima od 1837. godine (<https://www.royal.uk/royal-residences-buckingham-palace>). Poznata izmjena kraljevske straže koja se odvija ispred palače privlači velik broj posjetitelja. Osim toga, turisti mogu posjetiti palaču i vidjeti 19 državnih soba, od 775 sveukupnih soba u palači. Za javnost je otvorena i kraljičina galerija u kojoj se mogu vidjeti slike poznatih slikara, rijedak namještaj, dekorativne umjetnosti te slike iz stare zbirke fotografija (<https://www.rct.uk/visit/buckingham-palace>).

### **2.3.2. Hyde Park**

Hyde Park jedan je od londonskih kraljevskih parkova koji zauzima 142 hektara površine te je pogodan za brojne događaje i koncerte u prirodi koja posjetiteljima pruža mogućnost uživanja i opuštanja. Neke od atrakcija koje se mogu vidjeti u parku su Memorijalna fontana princeze Dijane, jezero Serpentine i Speaker's Corner. Osim toga, u parku se mogu obavljati vanjske aktivnosti poput tenisa, jahanja, trčanja, šetanja i bicikliranja (<https://www.royalparks.org.uk/parks/hyde-park>).

### **2.3.3. London Eye**

London Eye, u prijevodu Londonsko oko, konstrukcija je u obliku kotača, pokrenuta 2000. godine, visine 135 metara s pogledom na cijeli grad i okolicu. Ova značajna konstrukcija osvojila je više od 85 nagrada za nacionalni i međunarodni turizam, izuzetnu arhitektonsku kvalitetu i inženjerska dostignuća te je jedan od najposjećenijih i najunosnijih turističkih atrakcija u Londonu (<https://www.londoneye.com/our-company/about-us/>).

### **2.3.4. Tower Bridge i Tower of London**

Tower Bridge i Tower of London, iako sličnog imena, različite su građevine s različitim funkcijama i značenjem.

Tower Bridge most je koji se nalazi u Londonu, izgrađen krajem 19. stoljeća, a prepoznatljiv je po tornjevima koji se nalaze na suprotnim stranama mosta. Jedna od njegovih najpoznatijih namjena je podizanje mosta kako bi brodovi mogli proći. U današnje vrijeme most se podiže uz pomoć nafte i električne energije, dok se u prošlosti koristila para. Unutar tornjeva se mogu razgledati i prvi, originalni akumulatori i motori koji su pokretali sam most (<https://www.towerbridge.org.uk/discover/history>).

Tower of London konstrukcija je tornjeva, odnosno tvrđava koja se nalazi pored rijeke Temze, a njegova glavna funkcija u prošlosti je bila vojnog karaktera. Podignut je u 11. stoljeću, a razvijao se sve do 16. stoljeća te ima velik povijesni značaj (<https://whc.unesco.org/en/list/488>). Upravo iz tih razloga, povijesne vojne arhitekture i pokazatelja kraljevske moći, Tower of London uvršten je na UNESCO-ov popis svjetske baštine.

### **2.3.5. Trafalgar Square i Piccadilly Circus**

Trafalgar Square ili Trafalgarov trg, jedan je od najpoznatijih trgova u Londonu. Područje ovog trga u Londonu obogaćuju muzeji, galerije, kulturni prostori i povijesne zgrade. Na prostoru

Trafalgara nalazi se Nelsonov kip, fontana, brojne biste te su često organizirani razni događaji i manifestacije (<https://www.london.gov.uk/about-us/our-building-and-squares/trafalgar-square>).

Piccadilly Circus trg je u Londonu, osnovan 1819. godine, a s vremenom je njegov značaj samo rastao i širio se. Danas je ovaj Trg srce Londona, a karakteriziraju ga brojna neonska svjetla, razni prikazi na ekranima i fontana Eros. Turisti ga često posjećuju jer obiluje brojnim restoranima, trgovinama, pubovima, kazalištima, kinima i drugim mjestima za izlaske. Ukratko, Piccadilly Circus označava mjesto za zabavu, opuštanje i slobodno vrijeme (<https://www.londoncitybreak.com/piccadilly-circus>).

### **2.3.6. Westminster Palace i Westminster Abbey**

Westminster Palace i Westminster Abbey, odnosno palača i opatija, zajedno sa crkvom sv. Margarete, nalaze se pored rijeke Temze i Big Bena. Westminsterska palača sjedište je Parlamenta. Ona predstavlja primjer dobro očuvanog neogotičkog stila, a zbog svoje uloge ima velik povijesni značaj za cijelu državu. Westminsterska opatija mjesto je gdje su se vladari udavali, krunili i pokapali. Unutar opatije nalaze se grobnice vladara i ljudi koji su činili važna djela za Ujedinjeno Kraljevstvo. Opatija je prepoznatljiva po svom gotičkom stilu. Dva spomenuta gotička objekta, uz crkvu sv. Margarete, nalaze se na UNESCO-ovom popisu svjetske baštine, kao predstavnici povijesti crkve, monarhije i države (<https://whc.unesco.org/en/list/426>).

## **2.4 Manifestacije u Londonu**

Manifestacija se može definirati kao:

1) „objavljivanje, vidljivo (vanjsko) očitovanje nekog unutrašnjeg stanja, zbivanja, osjećaja, raspoloženja (životne, psihološke manifestacije; manifestacije radosti, straha, bijesa)

2) javni masovni nastup, kojim se, stupanjem u povorci, nošenjem natpisa i zastava, klicanjem i sl. izražava oduševljenje ili prosvjed povodom nekog događaja, iskazuje slaganje ili protivljenje u odnosu na neku odluku, ličnost i dr.“ (<https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=38626>).

Postoje i sljedeće definicije:

- 1) „javni čin ili proces manifestiranja; demonstracija
- 2) ono što otkriva nešto drugo; iskaz, simptom, znak
- 3) događaj, priredba“

([https://hjp.znanje.hr/index.php?show=search\\_by\\_id&id=e1xjWRM%3D](https://hjp.znanje.hr/index.php?show=search_by_id&id=e1xjWRM%3D)).

U ovom slučaju, govori se o turističkim manifestacijama. „Turizam događaja uključuje putovanja koja su primarno motivirana posjetom događaju kulturnog, umjetničkog, zabavnog i sličnog karaktera i sadržaja“ (Ružić, 2016:24). Osim spomenutog, Bartoluci i Čavlek (1998), utvrdili su kako sve popularniji razlog putovanja turista postaje i sport. Zbog pozitivnog razvoja sportskih sadržaja i ovisnosti sporta o turizmu i obratno, razvio se sportsko-rekreacijski turizam. Razne manifestacije u gradovima imaju pozitivan utjecaj na turizam. Prema Vukonić (2015), pravilnom promocijom turisti se pozivaju na manifestacije u gradu, a samim time i na turistički obilazak i boravak, dok na taj način manifestacije i festivali postaju promotori turističkog imidža grada i njihova promocijska uloga raste. Iz toga proizlazi kako je promocija zapravo način komuniciranja s turistima i nagovaranje na kupnju proizvoda i usluga koje se nude u turističkoj destinaciji (Senečić, 1998). U nastavku rada nabrojene su pojedine manifestacije koje se održavaju u Londonu i njihove karakteristike.

#### **2.4.1. Chelsea – sajam cvijeća i Londonski sajam knjiga**

Svake godine održava se Sajam cvijeća, ili Flower Show u zapadnom naselju Londona, u Chelseaju. Sajam se održava nekoliko dana u svibnju. Posjetitelji mogu vidjeti raskošne vrtove i paviljon u kojem se nalaze profesionalno uzgojene biljke. U paviljonu postoji i odjeljak posvećen istraživanju i najnovijim spoznajama u hortikulturalnom području. Također, posjetitelji mogu ući u studio gdje se nalaze sobne biljke i mogu kupiti neke proizvode (<https://www.rhs.org.uk/shows-events/rhs-chelsea-flower-show/top-things-to-see>).

Londonski sajam knjiga održava se svake godine, najčešće u travnju. Određen je datum održavanja za 2023. godinu od 18. do 20. travnja. Na sajmu se okuplja velik broj ljudi koji sudjeluju u sklapanju i izdavanju ugovora, u pregovorima o pravima na raznim kanalima, poput TV kanala i sl., zatim stručnjaci za autorska prava, povjerenici i davatelji licenca. Moguće je sudjelovanje na konferencijama i brojnim seminarima po izboru. Sve to omogućava brojne prilike za istraživanje i napredak u poslovanju (<https://www.londonbookfair.co.uk/>).

### **2.4.2. Izmjena kraljevske straže**

Izmjena kraljevske straže jedan je od najpoznatijih događaja koji se održava u Londonu. Posjetitelji ga mogu vidjeti ispred Buckinghamske palače i dvorca Windsor. Izmjena straže označava trenutak kada vojnici koji su na straži, mijenjaju svoj položaj sa novim vojnicima koji dolaze na stražu. „Ceremonija je šarolika vojna tradicija i bitan podsjetnik bliske veze između naoružanih snaga i njihovog vođe – kraljice“ (<https://www.royal.uk/changing-guard>).

### **2.4.3. London Fashion Week, London Film Festival i Londonski maraton**

London Fashion Week ili Londonski modni tjedan, održava se dva puta godišnje, u veljači i rujnu. Na tom događaju prezentiraju se razne marke ženske i muške odjeće brojnih dizajnera. Ove godine, ovaj događaj će se održavati u hibridnom obliku, što znači da će dio nastupa biti uživo, a dio putem digitalnih platformi (<https://londonfashionweek.co.uk/>).

London Film Festival ili Londonski filmski festival, održava se jednom godišnje. Tamo se mogu vidjeti najnoviji filmovi i serije iz cijelog svijeta. Prikazuju se filmovi i serije iz različitih država, na različitim jezicima i različitih žanrova, primjerice, kratki filmovi, igrani, dokumentarni, animacije i filmovi za obitelj (<https://www.bfi.org.uk/explore-our-festivals/submissions-66th-bfi-london-film-festival>).

Londonski maraton održava se svake godine, a sudionici su brojni trkači koji se u slobodno vrijeme bave sportom te profesionalci. Osim trkača, mogu sudjelovati i druge osobe volontirajući za vrijeme utrke i u organizaciji. Također se u sklopu Londonskog maratona organizira i maraton za školsku djecu kako bi trčala, džogirala, hodala i biciklirala. Cilj je da se više bave sportom i poboljšaju svoje zdravlje (<https://www.tcslondonmarathon.com/>). Osim toga, može se sudjelovati u utrci i u dobrotvorne svrhe.

### **2.4.4. Notting Hill karneval**

Notting Hill karneval se kao i navedeni događaji, odvijaju jednom godišnje u glavnom gradu. Karneval se održava od 1966. godine povodom slavlja afričko-karipske zajednice koja živi u Londonu. Za vrijeme karnevala posjetitelji mogu vidjeti različiti kostimi karakteristične za afrička i karipska područja koji su obično jarkih boja. Tada se može i iskusiti dašak gastronomije iz spomenutih područja budući da su u ponudi i njihova tradicionalna jela (<https://rove.me/to/london/the-notting-hill-carnival>).



#### **2.4.5. Wimbledon**

Wimbledon, jedan od najpoznatijih teniskih turnira na svijetu, održava se u Londonu svake godine u lipnju i srpnju. Ove godine održavao se u razdoblju od 27. lipnja do 10. srpnja. Osim gledanja tenisa, postoji i mogućnost razgledavanja muzeja u kojem se nalaze trofeji wimbledonskih prvenstva. Osim toga, izložena je i teniska odjeća i oprema koja se nosila i koristila još u viktorijansko doba, a može se vidjeti kako je prvenstvo napredovalo od 19. stoljeća. Odjeću i opremu koja se nalazi u muzeju donirali su profesionalni teniski igrači ([https://www.wimbledon.com/en\\_GB/visit\\_and\\_tickets/what\\_to\\_see.html](https://www.wimbledon.com/en_GB/visit_and_tickets/what_to_see.html)).

### **3. ISTRAŽIVANJE O ZAINTERESIRANOSTI I ZNANJU HRVATA O TURISTIČKIM RESURSIMA LONDONA**

Glavni dio ovog završnog rada čini istraživanje o zainteresiranosti i znanju Hrvata o turističkim resursima Londona. U nastavku je predstavljena metodologija istraživanja koja objašnjava koji su ciljevi, na koji način se provelo istraživanje te koja je ciljana skupina ispitivanja. Opisane su glavne karakteristike uzorka, odnosno ispitanika, rezultati istraživanja i ograničenja u istraživanju.

#### **3.1 Metodologija istraživanja**

Cilj istraživanja u ovom radu je istražiti najpoznatije turističke atrakcije Londona, utvrditi načine na koje je pandemija utjecala na turizam Londona, te istražiti turističke motive Hrvata te procijeniti njihovo znanje o turističkim atrakcijama i manifestacijama Londona.

U sklopu ovog završnog rada provedeno je empirijsko istraživanje u obliku anketnog upitnika kako bi se prikupili željeni podatci. Ovaj oblik istraživanja odabran je za prikupljanje podataka zbog lakog i brzog ispunjavanja upitnika, lake dostupnosti velikom broju ispitanika i velikog odaziva broja ispitanika. Anketni upitnik izrađen je pomoću Google Obrazaca, a provodio se isključivo putem interneta, točnije društvenih mreža, primarno Facebooka. Upitnik se sastoji od 17 pitanja koje ispitanici moraju obavezno popuniti, a pitanja su kratka. Sastoji se od pitanja na zaokruživanje, pisanja kratkih odgovora i izražavanja vlastitog mišljenja. Za rješavanje upitnika ispitanicima je bilo potrebno okvirno 10 minuta, a odgovori su potpuno anonimni i koriste se isključivo u svrhe istraživanja. Upitnik je mogla riješiti bilo koja punoljetna osoba muškog ili ženskog spola hrvatskog državljanstva, bez obzira na to je li posjetila ili nije posjetila London.

#### **3.2 Karakteristike uzorka**

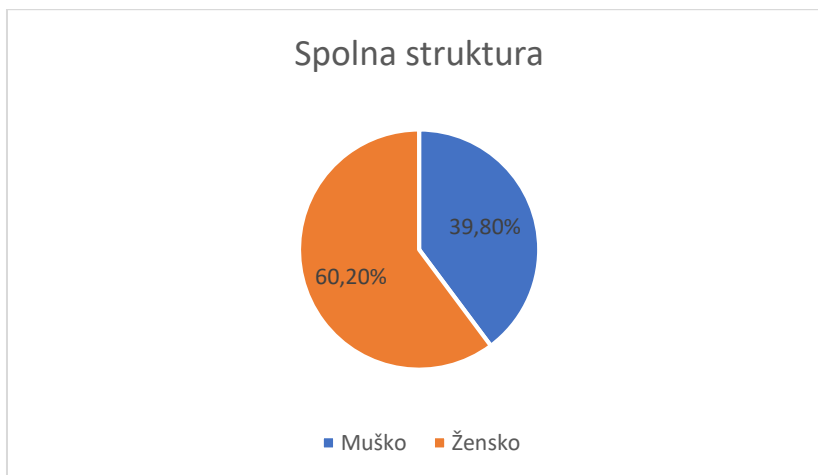
U spomenutom anketnom upitniku postavljeno je 17 pitanja. Na prva 3 pitanja trebalo je označiti osnovna svojstva ispitanika, a to su spol, dob i završeni stupanj obrazovanja. Zatim su slijedila pitanja otvorenog tipa: navesti što ispitanike asocira na London, označiti fotografije koje ih podsjećaju na London, označiti tvrdnju jesu li bili u Londonu, bi li ga htjeli posjetiti te nabrojati koje resurse poznaju u gradu. Nakon toga postavljena su pitanja u kojima je bilo ponuđeno 10 turističkih resursa Londona te su ispitanici morali označiti koje resurse poznaju i koje bi htjeli posjetiti. Slijedila su 2 istovrsna pitanja, ali vezana uz manifestacije u gradu. Zatim

su ispitanici odabirali glavne motive za posjet gradu te pomoću skale od 1 do 5 izražavali svoje mišljenje o promociji Londona u Hrvatskoj te o tome koliko je pandemija utjecala na turizam grada. Završno, odgovarali su na pitanje bi li ih pandemija spriječila u posjetu gradu te ocjenjivali turističku ponudu Londona. Upitnik je ispunilo 118 ispitanika čiji su odgovori bitni za istraživanje analizirani u nastavku rada.

U ovom dijelu rada mogu se vidjeti glavna svojstva ispitanika koja su prikazana u grafičkom obliku. Prvo se analiziraju njihove osnovne karakteristike (spol, dob i završeni stupanj obrazovanja).

Kao što je spomenuto, anketu je ispunilo 118 ispitanika. Prvo pitanje odnosilo se na njihov spol. Grafikon pokazuje kako je od 118 ispitanika, 60,2% ženskog spola, a 39,8% muškog spola.

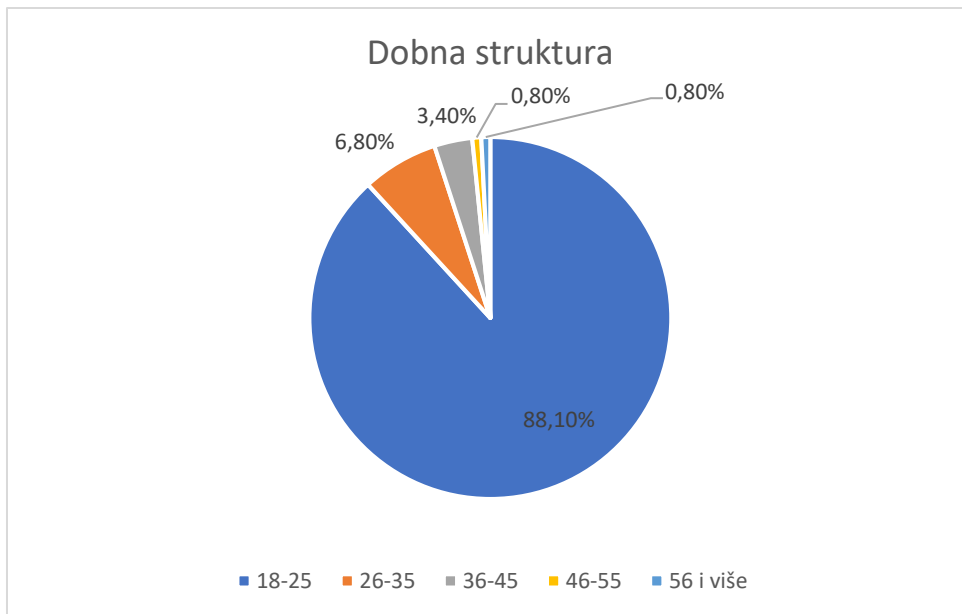
Grafikon 1 Spolna struktura



Izvor: Vlastita izrada autora

Drugim pitanjem ispitana je dobna struktura ispitanika. Iz grafikona je vidljivo kako je najviše ispitanika u dobi od 18 do 25 godina, njih 88,1%. U dobi od 26 do 35 godina bilo je 6,8% ispitanika. Mali postotak ispitanika je u dobi od 36 do 45 godina (3,4%). Ispitanici u dobi od 46 do 55 te od 56 godina i više ispunili su anketu u istom postotku (0,8%).

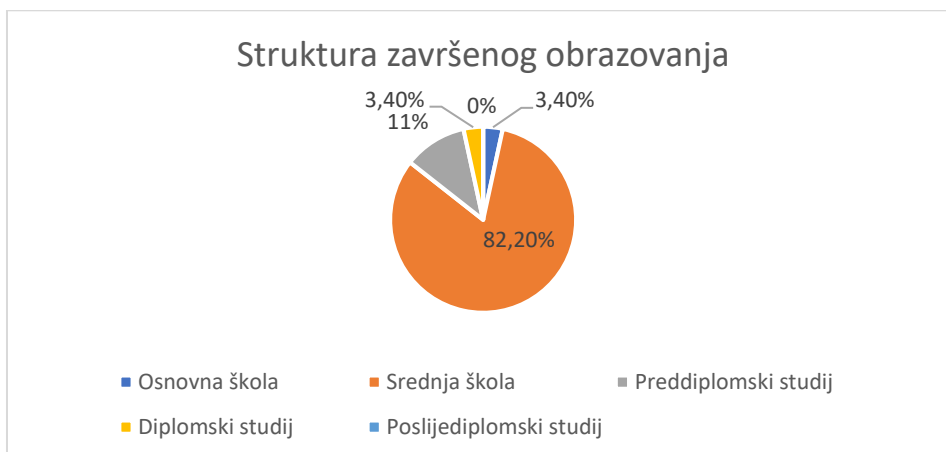
Grafikon 2 Dobna struktura



Izvor: Vlastita izrada autora

Trećim, zadnjim pitanjem, ispitan je stupanj obrazovanja ispitanika. Grafikon prikazuje kako je najviše ispitanika završilo srednju školu (82,2%), zatim preddiplomski studij (11%), slijedi diplomski studij i osnovnoškolsko obrazovanje u istom postotku (3,4%). Nitko od ispitanika nije završio poslijediplomski studij (0%).

Grafikon 3 Struktura završenog obrazovanja



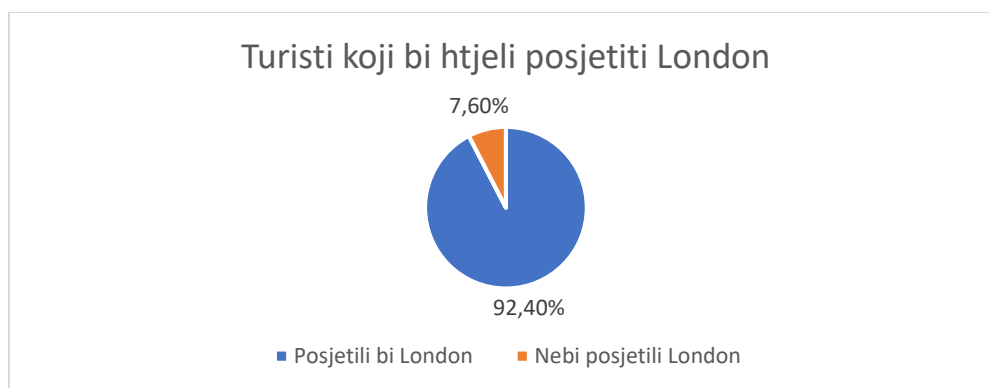
Izvor: Vlastita izrada autora

### 3.3. Rezultati istraživanja

U ovom dijelu istraživanja grafički su prikazani i objašnjeni odgovori iz anketnog istraživanja koji su najvažniji za istraživanje. Anketu je sveukupno ispunilo 118 ispitanika.

Na bi pitanje bi li voljeli posjetiti London, 92,4% ispitanika odgovorilo je potvrdno, a negativno 7,6% ispitanika.

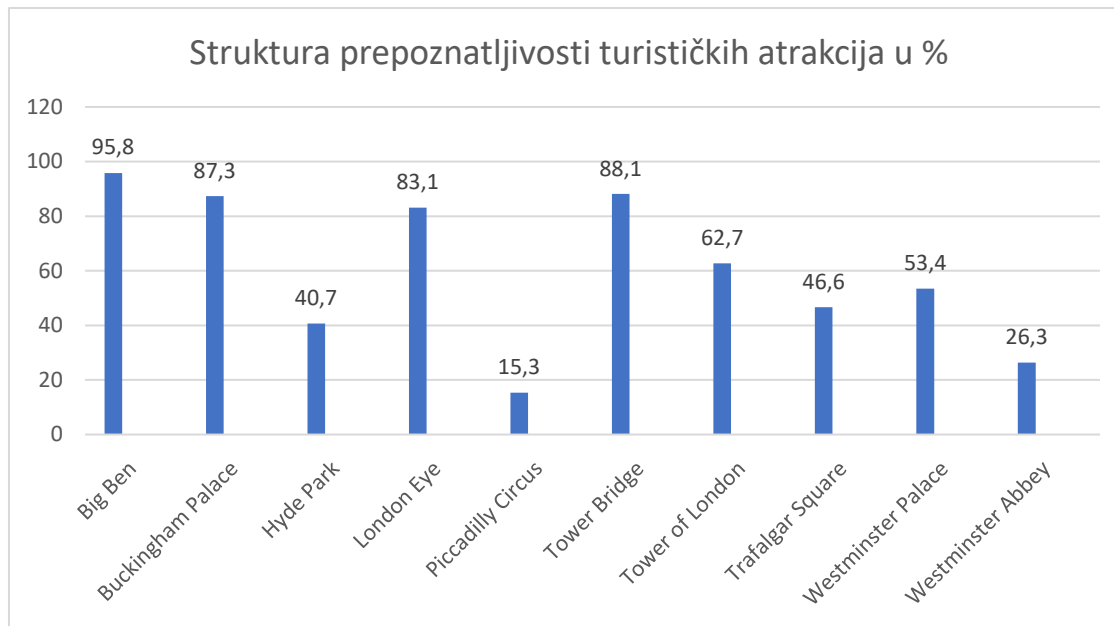
Grafikon 4 Turisti koji bi htjeli posjetiti London



Izvor: Vlastita izrada autora

Na pitanje za koje turističke atrakcije u Londonu su ispitanici čuli, imali su mogućnost označiti više odgovora od 10 ponuđenih. Najviše ispitanika označilo je Big Ben (95,8%), zatim Tower Bridge (88,1%), Buckingham Palace (87,3%) i London Eye (83,1%). U manjim postocima, ispitanici su označili Tower of London (62,7%) i Westminster Palace (53,4%). Najmanji broj ispitanika, ispod 50%, prepoznalo je sljedeće atrakcije: Trafalgar Square (46,6%), Hyde Park (40,7%), Westminster Abbey (26,3%), a najmanje ispitanika čulo je za Piccadilly Circus (15,3%). Prema dobivenim postocima i grafičkom prikazu 5, može se zaključiti kako su ispitanici dobro upoznati s turističkim atrakcijama Londona, budući da su 4 atrakcije imale prepoznatljivost veću od 80%.

Grafikon 5 Struktura prepoznatljivosti turističkih atrakcija u %



Izvor: Vlastita izrada autora

Na pitanje koje manifestacije u Londonu poznaju, ispitanici su također imali opciju označiti više odgovora od 8 ponuđenih. Prema njihovim odgovorima, moguće je prikazati kako je najviše ispitanika čulo za Wimbledon (84,7%). U nešto manjim postocima, ispitanici su čuli i za Izmjenu kraljevske straže (53,4%), London Film Festival (50,8%) i London Fashion Week (50%). Manje od 50% ispitanika čulo je za sljedeće manifestacije: Londonski maraton (22%), Londonski sajam knjiga (19,5%), Chelsea – sajam cvijeća (18,6%) i Notting Hill karneval (13,6%). Neki ispitanici nisu čuli za nijednu od navedenih manifestacija (3,4%). Iz navedenog može se zaključiti kako su ispitanici manje upoznati s turističkim manifestacijama u Londonu u usporedbi s atrakcijama prikazanim grafikonom 5.

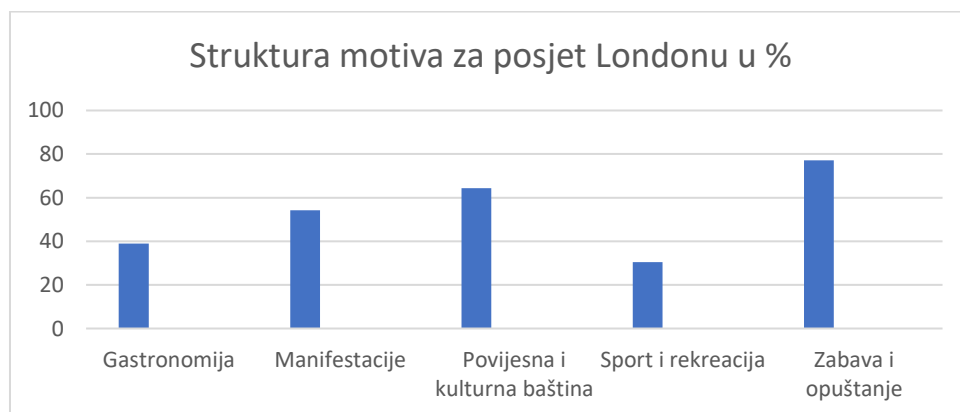
Grafikon 6 Struktura prepoznatljivosti turističkih manifestacija u %



Izvor: Vlastita izrada autora

Na pitanje što bi ispitanike motiviralo posjetu Londonu, bilo je ponuđeno 5 odgovora od kojih su mogli odabrati 1 odgovor. Grafički prikaz prikazuje kako bi najviše ispitanika za posjet Londonu motivirala zabava i opuštanje (77,1%). Povijesna i kulturna baština motivirala bi 64,4% ispitanika. Ostali ispitanici označili su manifestacije (54,2%) i gastronomiju (39%), a najmanje ispitanika odabralo je sport i rekreaciju (30,5%) kao motiv svog dolaska u London.

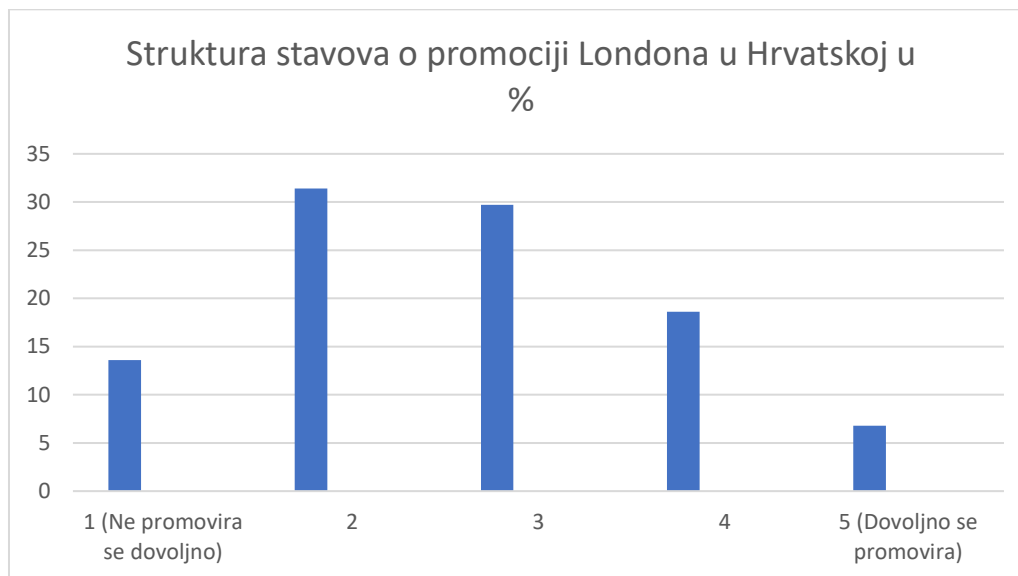
Grafikon 7 Struktura motiva za posjet Londonu u %



Izvor: Vlastita izrada autora

Ispitanici su trebali izraziti svoj stav promovira li se London dovoljno u Republici Hrvatskoj skalom brojeva od 1 do 5, u kojoj 1 označava mišljenje da se ne promovira dovoljno, a 5 da se dovoljno promovira. Najveći postotak ispitanika označilo je oznaku broj 2 (31,4%), a zatim broj 3 (29,7%). Broj 4 odabralo je 18,5%, a broj 1 13,6% ispitanika, a najmanje njih je odabralo broj 5 (6,8%). Iz prikazanog grafikona 8 može se zaključiti kako većina ispitanika smatra da promocija Londona u Hrvatskoj nije dovoljno naglašena.

Grafikon 8 Struktura stavova o promociji Londona u Hrvatskoj u %

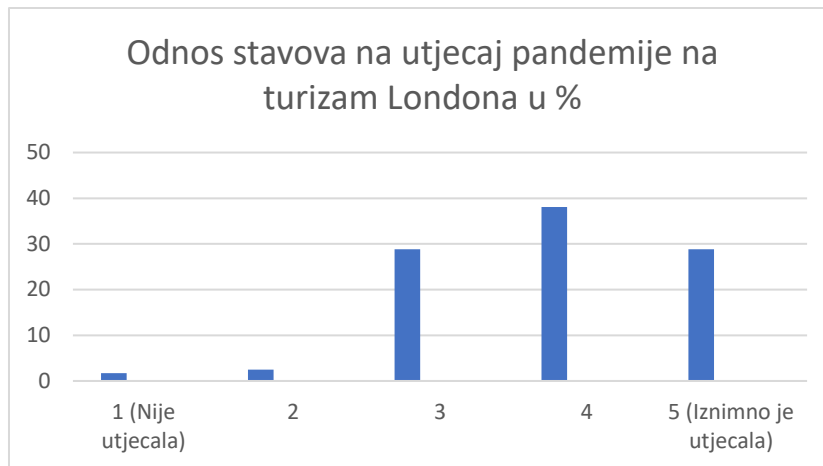


Izvor: Vlastita izrada autora

Na skali od 1 do 5, ispitanici su također trebali izraziti svoje mišljenje o utjecaju pandemije COVID-19 na turizam Londona. Broj 1 označavao stav da nije utjecala, a broj 5 označava stav da je iznimno utjecala. Najveći postotak ispitanika označio je broj 4 (38,1%). Jednaki postotak ispitanika označio je broj 3 i 5 (28,8%). Najmanji broj ispitanika označio je broj 2 (2,5%) i broj 1 (1,7%). Iz grafikona 9 se vidi kako većina ispitanika smatra da je pandemija poprilično utjecala na sam turizam Londona.



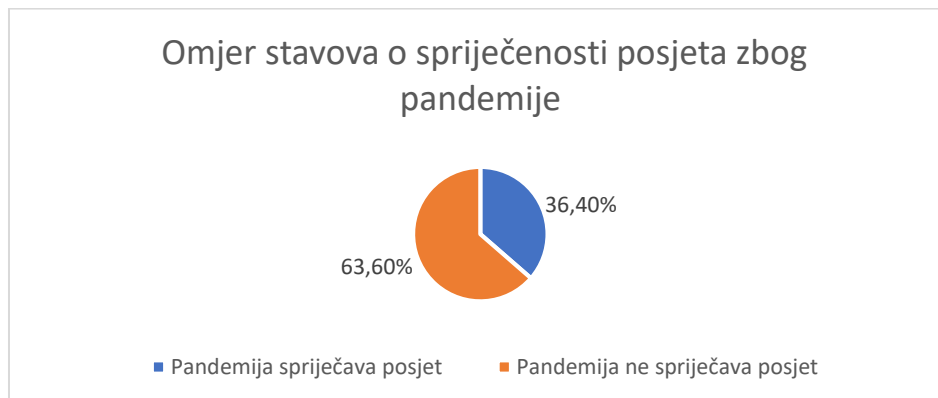
Grafikon 9 Odnos stavova na utjecaj pandemije na turizam Londona u %



Izvor: Vlastita izrada autora

Sljedeće pitanje je također vezano uz pandemiju. Na pitanje bi li pandemija COVID-19 spriječila posjet ispitanika Londonu, određeni postotak ispitanika odgovorilo je potvrdno (36,4%), dok je ostatak, odnosno većina ispitanika, odgovorila negativno (63,6%). To dovodi do zaključka kako većini ispitanika pandemija ne bi spriječila posjet gradu.

Grafikon 10 Omjer stavova o spriječenosti posjeta zbog pandemije



Izvor: Vlastita izrada autora

Istraživanje dovodi do zaključka kako bi velik broj Hrvata voljelo posjetiti London i da su poprilično upoznati s turističkim atrakcijama Londona. Više su im poznate palače, povijesne građevine i trgovi, nego događaji koji se odvijaju u gradu. Za posjet Londonu najviše bi ih motivirala zabava i opuštanje, a smatraju kako se grad ne promovira dovoljno u Republici Hrvatskoj. London je grad koji privlači velik broj turista iz cijelog svijeta te bi trebao unaprijediti svoju promociju na hrvatskim prostorima kako bi privukao još više posjetitelja, ali

kako bi se Hrvati i više zainteresirali za sam grad i informirali se o njemu. Također, zaključeno je da ispitanici misle kako je pandemija imala značajan utjecaj na turizam u gradu. Iako su od početka pandemije prošle 2 godine, nekim ispitanicima bi i dalje spriječila posjet Londonu. To je dokaz kako pandemija, iako ne toliko zastupljena kao prije, i dalje ima utjecaj u turizmu. Utječe na odluke posjetitelja hoće li putovati u neku zemlju što na kraju dovodi do negativnih posljedica za turizam cijele države.

### **3.4 Ograničenja istraživanja**

Ovo istraživanje je tijekom provođenja imalo ograničenje. Anketni upitnik nije predviđen za ispunjavanje maloljetnih osoba, već su ga ispunile samo punoljetne osobe.

#### 4. ZAKLJUČAK

U ovom istraživačkom radu zaključuje se da London predstavlja bogato turističko odredište puno raznih povijesnih, kulturnih i umjetničkih dobara i događaja kroz cijelu godinu. Grad kao takvo odredište, pruža dobru i kvalitetnu ponudu za velik broj turista koji ga posjećuju i tako postaje jedan od najpoznatijih i najuspješnijih receptivnih turističkih tržišta na području Europe. Svojim brojnim sadržajima (npr. karnevali, sajmovi, sportski sadržaji, povijesne građevine, parkovi, palače i sl.) zadovoljava brojne turističke interese posjetitelja. Iako se grad nalazi na otočnoj državi, ima dobru prometnu povezanost s ostatkom kontinenta i svijeta te je tako turistički još pristupačiji. London je grad engleskog govornog područja te to doprinosi razumijevanju i komunikaciji s turistima budući da je danas engleski sveprisutni jezik. Pomoću rezultata istraživanja zaključeno je kako hrvatski ispitanici dobro poznaju atrakcije grada, zainteresirani su za posjet, a pandemija još uvijek utječe na odluku o putovanju u London kod manjeg broja ispitanika. Iako se pandemija kroz vrijeme počela smirivati, ona i dalje djelomično utječe na odluke o putovanju određenog broja ljudi. Pravilna zaštita i prilagodba na pandemiju, ugodan i siguran smještaj mogli bi povoljno utjecati na odluku o dolasku turista u grad. Bez obzira na pojavu pandemije i znatno smanjenje turizma u gradu, London i dalje nije izgubio svoju prepoznatljivost i svoje značenje na turističkom tržištu. Neupitno je kako će se nakon prestanka pandemije turizam grada stabilizirati i vratiti na staro stanje. London sa svojom ponudom redovito privlači brojne turističke posjetitelje, ali, prema mišljenju ispitanika u Republici Hrvatskoj, promocija turističkog sadržaja Londona je slaba. Poboljšanjem svoje promocije na prostoru Hrvatske mogao bi privući veći broj hrvatskog stanovništva što bi samo doprinijelo njegovom turizmu. Osim toga, kvalitetnijom promocijom mogao bi se povećati interes kod hrvatskih državljana za ponudu sadržaja u Londonu te bi se počeli više zanimati i istraživati o samom gradu. Grad bi trebao poboljšati svoje komunikacijske kanale i pojačati oglašavanje prema Hrvatskoj kako bi zaintrigiralo stanovništvo. Bez obzira na slabiju promociju na hrvatskom području, hrvatsko stanovništvo pokazalo je dobro znanje o gradu, što znači da grad ipak ima određeni identitet kod potencijalnih turista i na turističkom tržištu. To ga čini prepoznatljivim, drugačijim i posebnim u očima turista. Njegov identitet i turistička priča razlikuju ga od ostalih turističkih odredišta u svijetu što je postalo od iznimne važnosti jer u suvremenom svijetu dolazi do ubrzane urbanizacije i tako se povećava broj konkurentskih gradova i sadržaja. Jedino konstantnim razvojem i poboljšavanjem svoje kvalitete usluga London će moći ostati na visokom mjestu u turizmu kao i do sada. Dobra očuvanost povijesnih atrakcija pokazuje predanost u održavanju i prenošenju povijesne i kulturne baštine turistima,

što je također dio turističkog identiteta grada. Očuvanjem toga očuvat će se i identitet grada, ali morat će se stvarati i novi sadržaji koji još nisu viđeni na tržištu kako bi mogli privući nove turiste i nadmašiti njihova očekivanja s obzirom na to da danas postoje raznovrsne ponude na turističkom tržištu koje postaju konkurencija. Kreiranjem i poboljšanjem turističkih proizvoda i usluga, povećanjem broja smještajnih kapaciteta i unapređenjem oglašavanja London će moći ostati konkurentna urbana sredina na tržištu. Zahvaljujući dosadašnjim izvrsnim rezultatima u turističkim statistikama, London će nesumnjivo još dugo imati titulu jednog od najposjećeniji i najpoznatijih gradova svijeta. Od daleke povijesti London je imao veliku ulogu i značaj u svijetu koja se ne smanjuje ni danas. London je svjetsko turističko odredište koje zasigurno ima svijetlu turističku budućnost te su izgledi za lošu turističku statistiku mali, osim ako se ne dogode nepredvidljive okolnosti na koje je vrlo teško ili nemoguće utjecati, kao što se dogodilo s pandemijom. Kao takva lokacija koja je u stalnom napretku, rastu i koja radi na svojoj turističkoj ponudi, London postaje značajno turističko odredište ne samo za Ujedinjeno Kraljevstvo nego i za cijelo europsko područje.

## 5. LITERATURA

1. Bartoluci, M., Čavlek, N. (1998). Turizam i sport. Zagreb: Fakultet za fizičku kulturu: Ekonomski fakultet: Zagrebački velesajm.
2. BFI homepage: Submissions for the 66th BFI London Film Festival. <https://www.bfi.org.uk/explore-our-festivals/submissions-66th-bfi-london-film-festival> (1.6.2022.)
3. Book Exhibition 2022 / The London Book Fair. <https://www.londonbookfair.co.uk/> (1.6.2022.)
4. City of London: Tourism statistics. <https://www.cityoflondon.gov.uk/things-to-do/tourism-trends-and-strategies/tourism-statistics> (27.5.2022.)
5. Čavlek, N. (1998). Turoperatori i svjetski turizam. Zagreb: Golden marketing.
6. Ćorluka, G. (2019). Organizacija turizma. Split: Sveučilište u Splitu. [https://www.oss.unist.hr/sites/default/files/file\\_attach/Organizacija%20turizma%20-%20Goran%20%C4%86orluka.pdf](https://www.oss.unist.hr/sites/default/files/file_attach/Organizacija%20turizma%20-%20Goran%20%C4%86orluka.pdf) (27.5.2022.)
7. Discover England: summary insights on overseas visitors to England's regions. (2016). [https://www.visitbritain.org/sites/default/files/vb-corporate/Documents-Library/documents/England-documents/discover\\_england\\_initial\\_summary\\_report\\_v6\\_310816.pdf](https://www.visitbritain.org/sites/default/files/vb-corporate/Documents-Library/documents/England-documents/discover_england_initial_summary_report_v6_310816.pdf) (27.5.2022.)
8. Encyclopaedia Britannica: London. <https://www.britannica.com/place/London> (27.5.2022.)
9. Encyclopaedia Britannica: History of London. <https://www.britannica.com/place/London/History> (27.5.2022.)
10. Home – TCS London Marathon. <https://www.tcslondonmarathon.com/> (1.6.2022.)
11. Home – The Championships, Wimbledon – Official Site by IBM: What to See. [https://www.wimbledon.com/en\\_GB/visit\\_and\\_tickets/what\\_to\\_see.html](https://www.wimbledon.com/en_GB/visit_and_tickets/what_to_see.html) (2.6.2022.)
12. Hrvatska enciklopedija: manifestacija. <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=38626> (30.5.2022.)

13. Hrvatski jezični portal: manifestacija.  
[https://hjp.znanje.hr/index.php?show=search\\_by\\_id&id=e1xjWRM%3D](https://hjp.znanje.hr/index.php?show=search_by_id&id=e1xjWRM%3D) (30.5.2022.)
14. Hyde Park – The Royal Parks. <https://www.royalparks.org.uk/parks/hyde-park> (29.5.2022.)
15. Kontekst.io: turističko odredište.  
<https://www.kontekst.io/hrvatski/turisti%C4%8Dko%20odredi%C5%A1te> (27.5.2020.)
16. Kotler, P., Keller, K.L., Martinović, M. (2014). Upravljanje marketingom. 14. izd. Zagreb: MATE.
17. London City Break: Piccadilly Circus. <https://www.londoncitybreak.com/piccadilly-circus> (29.5.2022.)
18. London City Hall: Trafalgar Square. <https://www.london.gov.uk/about-us/our-building-and-squares/trafalgar-square> (30.5.2022.)
19. London Eye: The Official Tickets Website: About us. <https://www.londoneye.com/our-company/about-us/> (29.5.2022.)
20. London Fashion Week. <https://londonfashionweek.co.uk/> (1.6.2022.)
21. Magaš, D., Vodeb, K., Zadel, Z. (2018). Menadžment turističke organizacije i destinacije. Opatija: Fakultet za Menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.  
[https://www.fthm.uniri.hr/images/knjiznica/e-izdanja/Magas\\_Vodeb\\_Zadel\\_Menadzment\\_turisticke\\_organizacije\\_i\\_destinacije.pdf](https://www.fthm.uniri.hr/images/knjiznica/e-izdanja/Magas_Vodeb_Zadel_Menadzment_turisticke_organizacije_i_destinacije.pdf) (27.5.2022.)
22. RHS – Inspiring everyone to grow / RHS Gardening: Top things to do at RHS Chelsea. <https://www.rhs.org.uk/shows-events/rhs-chelsea-flower-show/top-things-to-see> (1.6.2022.)
23. Rove.me – Best holiday destinations, travel vacation ideas for 2022/2023: Notting Hill Carnival 2022. <https://rove.me/to/london/the-notting-hill-carnival> (2.6.2022.)
24. Royal Collection Trust Home: Visit Buckingham Palace. <https://www.rct.uk/visit/buckingham-palace> (28.5.2022.)
25. Ružić, A. (2016). Socio-kulturni aspekti turizma događaja. Diplomski rad. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli.

file:///C:/Users/38598/Downloads/ruzic\_aleksandra\_unipu\_2016\_diplo\_sveuc.pdf

(30.5.2022.)

26. Senečić, J. (1998). Promocija u turizmu. Zagreb: Mikrorad: Ekonomski fakultet.

27. Statista: Number of overseas tourist visits to London from 2009 to 2019.

<https://www.statista.com/statistics/487467/overseas-visits-to-london-united-kingdom/>

(27.5.2022.)

28. Statista: Who's Visiting London? <https://www.statista.com/chart/13788/visitors-to-london-by-country-of-origin/> (27.5.2022.)

29. The Royal Family: Royal Residences: Buckingham Palace. <https://www.royal.uk/royal-residences-buckingham-palace> (28.5.2022.)

30. The Royal Family: Changing the Guard. <https://www.royal.uk/changing-guard> (1.6.2022.)

31. Tower Bridge: Homepage: A brief history.

<https://www.towerbridge.org.uk/discover/history> (29.5.2022.)

32. UNESCO: World Heritage List: Tower of London. <https://whc.unesco.org/en/list/488> (29.5.2022.)

33. UNESCO: World Heritage List: Palace of Westminster and Westminster Abbey including Saint Margaret's Church. <https://whc.unesco.org/en/list/426> (29.5.2022.)

34. Valčić, M. (2018). Turizam i kultura. Zagreb: Naklada Jurčić.

35. Vukonić, B. (2015). Gradovi u turizmu. Zagreb: Visoka poslovna škola Libertas.

36. Vukonić, B., Čavlek, M. (2001). Rječnik turizma. Zagreb: Masmedija.

37. Welcome to London – visitlondon.com: London's Big Ben.

<https://www.visitlondon.com/things-to-do/sightseeing/london-attraction/big-ben> (28.5.2022.)

## PRILOZI

Anketni listić koji se koristio u istraživanju.

### Istraživanje o zainteresiranosti i znanju Hrvata o turističkim resursima Londona

Ovaj anketni upitnik dio je istraživanja kojeg provodi studentica Lucija Habajec, u svrhu izrade istraživačkog i završnog rada pod naslovom "London kao turističko odredište" za kolegij Istraživanje turističkih tržišta na Međimurskom veleučilištu u Čakovcu.  
Za rješavanje ankete potrebno je otprilike 10 minuta.  
Anketa je u potpunosti anonimna, a podaci će se koristiti isključivo u svrhu istraživanja.  
Hvala na sudjelovanju i izdvojenom vremenu!

Spol \*

Muško

Žensko

Dob \*

18-25

26-35

36-45

46-55

56 i više

Završeni stupanj obrazovanja \*

Osnovna škola

Srednja škola

Preddiplomski studij

Diplomski studij

Poslijediplomski studij

Što Vas asocira na London? \*

Tekst kratkog odgovora

.....



Koje fotografije Vas najviše asociraju na London? \*

Odabir 1



Odabir 2



Odabir 3



Odabir 4



Odabir 5



Odabir 6



Označite tvrdnju koja se odnosi na Vas. \*

- Posjetio/la sam London.
- Nisam posjetio/la London.

Biste li voljeli posjetiti London? \*

- Da
- Ne

Koje turističke atrakcije i resurse poznajete u Londonu? \*

Tekst kratkog odgovora

Za koje od navedenih turističkih atrakcija ste čuli? \*

- Big Ben
- Buckingham Palace
- Hyde Park
- London Eye
- Piccadilly Circus
- Tower Bridge
- Tower of London
- Trafalgar Square
- Westminster Palace
- Westminster'ska Abbey
- Nisam čuo/la za nijedne od navedenih atrakcija

Koje od spomenutih atrakcija biste voljeli posjetiti? \*

- Big Ben
- Buckingham Palace
- Hyde Park
- London Eye

- London Eye
- Piccadilly Circus
- Tower Bridge
- Tower of London
- Trafalgar Square
- Westminster Palace
- Westminster Abbey

---

Za koje manifestacije u Londonu ste čuli? \*

- Chelsea - sajam cvijeća
- Izmjena kraljevske straže
- Londonski sajam knjiga
- London Fashion Week
- London Film Festival
- Londonski maraton
- Notting Hill karneval
- Wimbledon
- Nisam čuo/la za nijednu od navedenih manifestacija

---

Koje od spomenutih manifestacija biste voljeli posjetiti? \*

- Chelsea - sajam cvijeća
- Izmjena kraljevske straže
- Londonski sajam knjiga
- London Fashion Week
- London Film Festival
- Londonski maraton
- Notting Hill karneval
- Wimbledon

---

Što bi Vas motiviralo da posjetite London? \*

- Gastronomija
- Manifestacije
- Povijesna i kulturna baština
- Sport i rekreacija
- Zabava i opuštanje

---

Mislite li da se London dovoljno promovira u Hrvatskoj? \*

- 1      2      3      4      5
- Ne promovira se dovoljno                        Dovoljno se promovira

---

Što mislite koliko je pandemija COVID-19 utjecala na turizam u Londonu? \*

- 1      2      3      4      5
- Nije utjecala                        Iznimno je utjecala

---

Bi li Vas pandemija COVID-19 spriječila u posjeti Londona? \*

- Da
- Ne

---

Ocijenite turističku ponudu Londona. \*

- 1      2      3      4      5
- Loša                        Odlična
-

**POPIS ILUSTRACIJA**

Grafikon 1 Spolna struktura .....	18
Grafikon 2 Dobna struktura.....	19
Grafikon 3 Struktura završenog obrazovanja.....	19
Grafikon 4 Turisti koji bi htjeli posjetiti London .....	20
Grafikon 5 Struktura prepoznatljivosti turističkih atrakcija u % .....	21
Grafikon 6 Struktura prepoznatljivosti turističkih manifestacija u %.....	22
Grafikon 7 Struktura motiva za posjet Londonu u %.....	22
Grafikon 8 Struktura stavova o promociji Londona u Hrvatskoj u %.....	23
Grafikon 9 Odnos stavova na utjecaj pandemije na turizam Londona u % .....	24
Grafikon 10 Omjer stavova o spriječenosti posjeta zbog pandemije .....	24