

# Doprinos nalazišta krapinskog pračovjeka i muzeja Hušnjakovo razvoju turizma Krapinsko-zagorske županije

---

Herceg, Anamarija

Graduate thesis / Diplomski rad

2024

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:110:927539>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-17**



Repository / Repozitorij:

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





MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU

STRUČNI DIPLOMSKI STUDIJ

MENADŽMENT TURIZMA I SPORTA

**Anamarija Herceg**

**JMBAG: 0269021438**

**Doprinos Nalazišta krapinskog pračovjeka i Muzeja  
Hušnjakovo razvoju turizma Krapinsko-zagorske županije**

Diplomski rad

Čakovec, rujan 2024.



MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU

STRUČNI DIPLOMSKI STUDIJ

MENADŽMENT TURIZMA I SPORTA

**Anamarija Herceg**

**JMGB: 0269021438**

**Doprinos Nalazišta krapinskog pračovjeka i Muzeja  
Hušnjakovo razvoju turizma Krapinsko-zagorske županije**

**The contribution of the Krapina prehistoric man site and  
the Hušnjakovo museum to the development of tourism in  
the Krapina Zagorje County**

Diplomski rad

Mentor:

Doc. dr. sc. Marina Gregorić

Čakovec, rujan 2024.



## **Zahvala**

*Ovim putem želim se zahvaliti mentorici doc. dr. sc Marini Gregorić na ukazanom povjerenju, savjetima i vodstvu pri izradi ovog rada.*

*Vaša pomoć i vodstvo mi je bilo od izrazite važnosti stoga Vam hvala na posvećenom vremenu i znanju.*

*Također, jedno veliko hvala mojoj obitelji i prijateljima na podršci.*

*Posebno hvala mojoj mami i tati koji su od početka vjerovali u mene te mi pružili nesebičnu podršku tijekom cijelog studija.*



## **Sažetak**

*Ovaj rad bavi se utjecajem Nalazišta krapinskog pračovjeka i Muzeja Hušnjakovo na razvoj turizma u Krapinsko-zagorskoj županiji (KZZ). Te dvije atrakcije, krapinsko nalazište pračovjeka kao značajno paleolitsko nalazište u Europi i Muzej Hušnjakovo kao moderni muzej, igraju ključnu ulogu u turističkoj ponudi regije. Korištenjem kombinacije kvantitativnih i kvalitativnih metoda kao što je analiza broja turista, provođenjem anketa među lokalnim stanovništvom i intervjuiranjem turističkih stručnjaka istraženi su različiti aspekti utjecaja tih atrakcija na turizam. Nalazi pokazuju da i Muzej Hušnjakovo i Nalazište pračovjeka u Krapini imaju značajan utjecaj na privlačenje turista, poticanje lokalnog gospodarstva i očuvanje kulturne baštine. Potvrđene su hipoteze iznesene u ovom istraživanju, naglašavajući važnost tih atrakcija u unaprjeđenju turizma u KZZ-u. Sudionici ankete izrazili su zadovoljstvo kvalitetom atrakcija i njihovom važnošću, a istaknuli su i potrebu pojačane promocije i dodatne ponude. Intenziviranjem promotivnih aktivnosti i širenjem turističkih sadržaja Muzej Hušnjakovo i Nalazište pračovjeka u Krapini imaju potencijal dodatno istaknuti svoju privlačnost i još više pridonijeti turističkom napretku toga kraja.*

**Ključne riječi:** *Nalazište krapinskog pračovjeka, Muzej Hušnjakovo, razvojni utjecaj, Krapinsko-zagorska županija*

## **Abstract**

*This paper deals with the impact of the Krapina prehistoric site and the Hušnjakovo Museum on the development of tourism in Krapina-Zagorje County (KZŽ). These two attractions, the Krapin prehistoric site as an important Paleolithic site in Europe and the Hušnjakovo Museum as a modern museum, play a key role in the tourist offer of the region. Using a combination of quantitative and qualitative methods such as analyzing the number of tourists, conducting surveys among the local population and interviewing tourism experts, various aspects of the impact of these attractions on tourism were investigated. The findings show that both the Hušnjakovo Museum and the prehistoric site in Krapina have a significant impact on attracting tourists, stimulating the local economy and preserving cultural heritage. The hypotheses presented in this research were confirmed, emphasizing the importance of these attractions in improving tourism in KZŽ. The participants of the survey expressed their satisfaction with the quality of the attractions and their importance, and they also emphasized the need for increased promotion and additional offers. By intensifying promotional activities and expanding tourist content, the Hušnjakovo Museum and the prehistoric site in Krapina have the potential to further increase their attractiveness and contribute even more to the tourism progress of this region.*

**Keywords:** *Site of Krapina prehistoric man, Hušnjakovo Museum, development influence, Krapina - Zagorje County*



## **Popis korištenih pokrata**

KZŽ: Krapinsko-zagorska županija

MKN: Muzej krapinskih neandertalaca

POU: Pučko otvoreno učilište

TZ: Turistička zajednica

HTZ: Hrvatska turistička zajednica

UNWTO: United Nations World Tourism Organization (Svjetska turistička organizacija Ujedinjenih naroda)

ICOM: International Council of Museums (Međunarodno vijeće muzeja)

ICE: Ice Age Europe (Međunarodna mreža Muzeja ledenog doba)

IT: informacijska tehnologija

AI: umjetna inteligencija

OPG: obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo

## Sadržaj

1. UVOD .....	1
1.1. Predmet i problem rada.....	1
1.2. Ciljevi rada .....	2
1.3. Istraživačka pitanja i hipoteze .....	2
1.4. Metodologija istraživanja .....	2
1.5. Struktura rada .....	3
2. TEORIJSKI OKVIR .....	5
2.1. Osnovni pojmovi turizma .....	5
2.2. Važnost turističke ponude .....	6
2.3. Karakteristike turističke destinacije.....	9
2.4. Pojam kulturnog turizma .....	11
2.5. Uloga muzeja u kulturnom turizmu i razvoju destinacije.....	12
2.5.1. Pregled Muzeja krapinskih neandertalaca i Nalazišta krapinskog pračovjeka na Hušnjakovu brdu.....	14
3. DOPRINOS MUZEJA HUŠNJAKOVO I NALAZIŠTA KRAPINSKOG PRAČOVJEKA RAZVOJU TURIZMA .....	18
3.1. Prikaz turističke posjećenosti Krapinsko-zagorske županije.....	19
3.2. Uloga Muzeja Hušnjakovo i Nalazišta krapinskog pračovjeka u turističkoj ponudi Županije .....	21
3.3. Utjecaj Muzeja Hušnjakovo i Nalazišta krapinskog pračovjeka na razvoj turizma u Krapinsko-zagorskoj županiji.....	23
4. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE.....	26
4.1. Anketno istraživanje među stanovnicima Krapinsko-zagorske županije o razvoju turizma.....	26
4.2. Dubinski intervju sa stručnim osobama iz Muzeja Hušnjakovo o doprinosu Muzeja razvoju turizma .....	27
4.3. Dubinski intervju s turističkom organizacijom .....	28
4.4. Dubinski intervju sa stručnom osobom iz grada Krapine.....	29
5. REZULTATI ISTRAŽIVANJA .....	31
5.1. Analiza rezultata ankete među stanovnicima Krapinsko-zagorske županije.....	31
5.2. Analiza rezultata dubinskog intervjuja sa stručnom osobom iz Muzeja Hušnjakovo ....	44
5.3. Analiza rezultata dubinskog intervjuja s turističkom organizacijom.....	47
5.4. Analiza rezultata dubinskog intervjuja sa stručnom osobom iz grada Krapine.....	50

5.5. Rasprava o utjecaju Muzeja Hušnjakovo i Nalazišta krapinskog pračovjeka na turizam u Krapinsko-zagorskoj županiji.....	54
6. DISKUSIJA.....	56
7. ZAKLJUČAK .....	58
POPIS LITERATURE .....	60
POPIS SLIKA .....	62
POPIS GRAFIKONA .....	62

## 1. UVOD

Turizam predstavlja bitan čimbenik u formiranju identiteta destinacija širom svijeta. Uzbudljiva i raznolika turistička ponuda, kao i učinkovito vođenje destinacije, ključni su za privlačenje posjetitelja i osiguranje ekonomske dobrobiti. Grad Krapina, smješten u slikovitom krajoliku krapinsko-zagorskog kraja, ističe se po svojoj bogatoj povijesti, a posebno po Nalazištu krapinskog pračovjeka i Muzeju krapinskih neandertalaca. Ta arheološka otkrića ne samo da imaju znanstvenu važnost već su postala i važne turističke atrakcije koje privlače posjetitelje iz svih krajeva svijeta.

Muzej krapinskih neandertalaca postao je nezaobilazna destinacija za turiste, generirajući značajne prihode od turizma te istovremeno promovirajući važnost toga područja za razumijevanje ljudske evolucije. Posjetitelji imaju priliku istražiti to značajno arheološko nalazište, koje pruža uvid u život pračovjeka prije više desetaka tisuća godina. Osim toga, Muzej nudi raznolike edukativne programe, interaktivne izložbe i zanimljive prezentacije koje privlače ljude svih dobni skupina.

Povijesno i kulturno bogatstvo koje nudi Krapina, uključujući Nalazište krapinskog pračovjeka i Muzej krapinskih neandertalaca, igra ključnu ulogu u privlačenju turista i promociji regije. Ta turistička atrakcija ne samo da doprinosi ekonomiji grada već i pomaže u očuvanju kulturne baštine i promoviranju znanstvenih istraživanja. Posjetom Muzeju turisti imaju priliku naučiti o važnosti arheoloških nalazišta poput ovoga i pridonijeti podršci daljnjih istraživanja i konzervacije.

### 1.1. Predmet i problem rada

Ovaj rad usredotočio se na analizu doprinosa Nalazišta krapinskog pračovjeka i Muzeja Hušnjakovo razvoju turizma u Krapinsko-zagorskoj županiji. Glavni problem koji se istraživao jest kako ta kulturno-povijesna baština utječe na turističku privlačnost regije i doprinosi li njihovo postojanje općem turističkom razvoju Krapinsko-zagorske županije.

## 1.2. Ciljevi rada

Cilj ovoga istraživanja bio je pružiti uvid u aktualno stanje turističke posjećenosti Krapinsko-zagorske županije te istaknuti ulogu Muzeja krapinskih neandertalaca i Nalazišta krapinskog pračovjeka u turističkoj ponudi regije. Nadalje, istražilo se kako te znamenitosti doprinose razvoju turizma u Krapinsko-zagorskoj županiji te kako se njihov utjecaj može dodatno optimizirati.

## 1.3. Istraživačka pitanja i hipoteze

Istraživačka pitanja koja su se razmatrala u ovom radu uključivala su:

1. Kako se turistička posjećenost Krapinsko-zagorske županije promijenila tijekom vremena?
2. Koju ulogu imaju Muzej krapinskih neandertalaca i Nalazište krapinskog pračovjeka u turističkoj ponudi Županije?
3. Kako Muzej i Nalazište utječu na razvoj turizma u Krapinsko-zagorskoj županiji?

Hipoteze koje su postavljene u ovom radu jesu:

H1: Muzej krapinskih neandertalaca i Nalazište krapinskog pračovjeka predstavljaju ključne atrakcije koje privlače posjetitelje u Županiju.

H2: Razvoj turizma u Krapinsko-zagorskoj županiji usko je povezan s aktivnostima Muzeja i Nalazišta.

## 1.4. Metodologija istraživanja

Metodologija istraživanja obuhvatila je kombinaciju kvantitativnih i kvalitativnih metoda, uključujući analizu podataka o turističkoj posjećenosti, intervjuiranje turističkih stručnjaka te analizu relevantne literature. Tim multidisciplinarnim pristupom dobio se sveobuhvatan uvid u temu i moguće načine unaprjeđenja turističke ponude regije.

## 1.5. Struktura rada

Rad je sastavljen od sedam poglavlja u kojima je dublje istražena uloga Nalazišta krapinskog pračovjeka i Muzeja Hušnjakovo u razvoju turizma Krapinsko-zagorske županije. U prvom poglavlju, pod naslovom „Uvod“, dan je pregled istraživanja. U dijelu „Predmet i problem rada“ naglašen je glavni fokus istraživanja, a to je istraživanje utjecaja lokaliteta pračovjeka u Krapini i Muzeja Hušnjakovo na turizam Krapinsko-zagorske županije, uz utvrđivanje primarnoga istraživačkog pitanja. U poglavlju su također ocrtni specifični ciljevi istraživanja u odjeljku „Ciljevi rada“, kao što je ispitivanje trenutnog priljeva turista u regiji i naglašavanje važnosti muzeja i lokacija u sektoru turizma. „Istraživačka pitanja i hipoteze“ predstavila su istraživačka pitanja i hipoteze koje će biti istražene, uključujući ulogu Muzeja i mjesta kao ključnih atrakcija u pokretanju rasta turizma. U poglavlju „Metodologija istraživanja“ detaljno je prikazan istraživački pristup, koji uključuje kvantitativne i kvalitativne metode, analizu podataka o turističkoj posjećenosti, ankete i dubinske intervjuje. Na kraju, uvodno poglavlje završeno je pregledom strukture rada, dajući kratak opis svakoga sljedećeg poglavlja.

Drugo poglavlje, pod nazivom „Teorijski okvir“, bavi se pružanjem čvrste teorijske osnove za razumijevanje različitih ključnih pojmova i koncepata u području turizma. Unutar toga poglavlja obuhvaćeno je nekoliko potpoglavlja koja su detaljnije raščlanila različite aspekte turizma. Na primjer, odjeljak „Osnovni pojmovi turizma“ donosi jasne definicije temeljnih pojmova koji se odnose na industriju. Potpoglavlje „Važnost turističke ponude“ bavi se analizom ključne uloge koju turistička ponuda ima u oblikovanju uspjeha destinacije. Nadalje, poglavlje je također istražilo „Karakteristike turističke destinacije“, ističući jedinstvene značajke koje destinaciju čine privlačnom putnicima. Odjeljak „Koncept kulturnog turizma“ posebno se bav definiranjem kulturnog turizma i njegovom važnošću u širem turističkom krajoliku. Također je detaljno propitana uloga muzeja u kulturnom turizmu i razvoju destinacije, s posebnim osvrtom na Muzej krapinskih neandertalaca i prapovijesno Nalazište Krapina na Hušnjakovu brdu.

Treće poglavlje bavilo se značajnim utjecajem Muzeja Hušnjakovo i Nalazišta krapinskog pračovjeka na rast i razvoj turizma u regiji. Detaljna analiza podataka o posjećenosti turista u Krapinsko-zagorskoj županiji prikazana je u Izvješću o posjećenosti turista, ističući važnost tih lokacija u privlačenju posjetitelja. U poglavlju se također istražila

specifična uloga koju Muzej Hušnjakovo i Nalazište krapinskog pračovjeka imaju u oplemenjivanju ukupnog turističkog doživljaja u županiji. Nadalje, ispitan je širi utjecaj tih atrakcija na ukupni razvoj turizma Krapinsko-zagorske županije.

Četvrto poglavlje, pod nazivom „Empirijsko istraživanje“, bavi se nalazima različitih istraživanja provedenih s lokalnim stanovništvom i turističkim stručnjacima. Poglavlje započinje prikazom rezultata ankete provedene među stanovnicima Krapinsko-zagorske županije, s naglaskom na njihova viđenja razvoja turizma na tom području. Dodatno, poglavlje uključuje detaljan prikaz dubinskog intervjua provedenog sa stručnjacima iz Muzeja Hušnjakovo, istražujući ulogu muzeja u doprinosu rastu turizma. Nadalje, poglavlje analizira intervjue s predstavnicima turističke organizacije KZZ-a u drugom dubinskom intervjuu, osvjetljavajući njihove uvide i strategije razvoja turizma. Naposljetku, poglavlje sadrži i dubinski intervjua sa stručnjakom iz grada Krapine, naglašavajući razgovore s gradskim dužnosnicima o njihovim naporima i doprinosima sektoru turizma.

Peto poglavlje, pod naslovom „Rezultati istraživanja“, bavi se nalazima i analizom podataka studije. U dijelu pod naslovom „Istraživanje rezultata ankete stanovnika Krapinsko-zagorske županije“ detaljno su analizirani odgovori na anketu. Segment „Analiza dubinskih intervjua sa stručnjacima iz Muzeja Hušnjakovo“ analizirao je intervjue vođene s muzejskim stručnjacima. O analizi podataka prikupljenih intervjuum s turističkom organizacijom govori se u odjeljku „Ispitivanje rezultata dubinskog intervjua s turističkom organizacijom“. Dodatno, u poglavlju se govori o utjecaju Muzeja Hušnjakovo i Nalazišta krapinskog pračovjeka na turizam Krapinsko-zagorske županije.

U šestom poglavlju, pod nazivom „Diskusija“, dana je temeljita analiza rezultata istraživanja uz usporedbu s početnim hipotezama i teorijskim okvirom. To poglavlje također nudi zaključke i prijedloge za daljnje istraživanje. Prelaskom na sedmo poglavlje, „Zaključak“, sažeti su ključni zaključci iz studije, ponovljeni teorijski i istraživački aspekti te potvrđene ili opovrgnute hipoteze. Dodatno, dane su preporuke za buduća istraživanja i praktične primjene u području turizma.

## 2. TEORIJSKI OKVIR

### 2.1. Osnovni pojmovi turizma

Turizam predstavlja putovanje koje se provodi radi zadovoljstva ili poslovnih obveza, kao i komercijalna djelatnost koja podržava i pruža usluge za takva putovanja. Prema definiciji Svjetske turističke organizacije, turizam se opisuje kao putovanje ljudi koji napuštaju svoje uobičajeno mjesto boravka radi odmora, posla ili drugih svrha te privremeno borave na drugim lokacijama ne dulje od jedne uzastopne godine. Turizam se može podijeliti na domaći, koji obuhvaća putovanja unutar zemlje putnika, i međunarodni, koji uključuje putovanja preko granica (UNWTO, 2023).

Definicije turizma evoluirale su tijekom povijesti. Liga naroda 1936. definirala je stranog turista kao osobu koja putuje u inozemstvo najmanje dvadeset i četiri sata, dok su Ujedinjeni narodi 1945. modifikacijom te definicije ograničili maksimalni boravak na šest mjeseci (UNWTO, 2023). Hunziker i Kraft 1941. godine definirali su turizam kao „zbroj pojava i odnosa koji proizlaze iz putovanja i boravka nerezidenata, ukoliko ne dovode do stalnog boravka i nisu povezani s nekom zaradom“. Turističko društvo Engleske 1976. godine opisalo je turizam kao privremeno kretanje ljudi do odredišta izvan mjesta gdje inače žive i rade, uključujući sva kretanja bez obzira na svrhu (UNWTO, 2023).

Ujedinjeni narodi 1994. identificirali su tri oblika turizma: domaći, ulazni i izlazni te su izvedene druge skupine poput nacionalnog, regionalnog i međunarodnog turizma. Turizam se često poistovjećuje s putovanjima, no postoje razlike u percepciji. Putovanje se često doživljava kao svrhovitije, dok se turizam može rabiti i u pejorativnom kontekstu (UNWTO, 2023).

Turizam, kao aktivnost koja obuhvaća interakciju turista, pružatelja usluga, zemalja domaćina i lokalnih zajednica, pruža mnoge ekonomske, socijalne i kulturne koristi. Međutim, globalni turizam također ima značajan utjecaj na okoliš i društvo, uključujući emisije stakleničkih plinova i neželjene socijalne posljedice. Stoga se sve više pozornosti posvećuje promicanju održivog turizma koji bi ublažio te negativne učinke (UNWTO, 2023).



Svjetska turistička organizacija Ujedinjenih naroda naglašava važnost održivog turizma u postizanju ciljeva održivog razvoja, a nove dimenzije turizma, poput svemirskog i virtualnog turizma, otvaraju nove mogućnosti i izazove za industriju (UNWTO, 2023).

Turizam se može manifestirati u različitim oblicima i svrhama, uključujući (Conrady, Buck, 2010):

- **Odmor i rekreaciju:** Turizam kao bijeg od svakodnevnih obveza i stresa te kao prilika za opuštanje, zabavu i uživanje u novim iskustvima.
- **Poslovna putovanja:** Turizam povezan s poslovnim obvezama i aktivnostima, kao što su konferencije, sastanci, seminari ili službena putovanja.
- **Kulturnu razmjenu:** Turizam koji potiče razmjenu kulture, tradicije, običaja i ideja među različitim zajednicama i narodima.
- **Edukaciju i istraživanje:** Turizam koji uključuje posjete muzejima, povijesnim lokalitetima, prirodnim rezervatima ili drugim obrazovnim destinacijama radi stjecanja znanja i iskustva.
- **Zdravstveni turizam:** Turizam usmjeren na poboljšanje zdravlja i blagostanja putem medicinskih tretmana, wellness programa ili specifičnih terapija.

Sve te različite svrhe turizma doprinose raznolikosti i bogatstvu iskustava koje turizam pruža. Putovanjima i boravkom na različitim destinacijama ljudi imaju priliku upoznati nove kulture, običaje, ljude i prirodne ljepote, što obogaćuje njihov život i perspektivu.

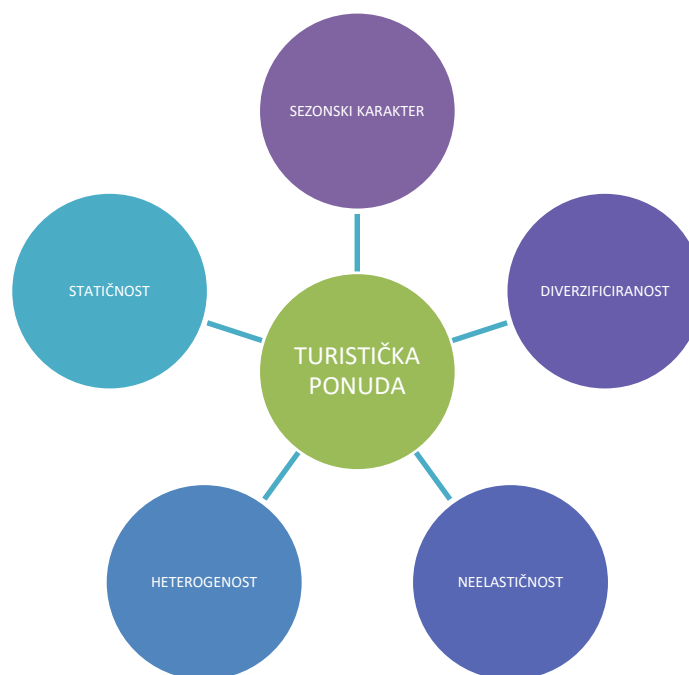
## 2.2. Važnost turističke ponude

Turistička ponuda predstavlja srž turističke industrije i ključni čimbenik u privlačenju turista te oblikovanju njihova iskustva na odredištima diljem svijeta. Ta ponuda obuhvaća širok spektar proizvoda i usluga, uključujući smještajne kapacitete, atrakcije, kulturne sadržaje, gastronomsku ponudu, aktivnosti na otvorenom, prirodne ljepote, turističke ture i još mnogo toga. Važnost turističke ponude proizlazi iz nekoliko ključnih čimbenika (Hrvatska enciklopedija, 2024).

Prvo, raznolikost turističke ponude omogućuje destinacijama da privuku različite vrste turista. Putnici imaju različite interese, hobije i preferencije, stoga je važno da destinacije nude raznolike aktivnosti i atrakcije koje mogu zadovoljiti širok spektar potreba. Destinacije koje imaju bogatu i raznoliku ponudu često su atraktivnije za turiste, jer im pružaju više

mogućnosti za istraživanje i doživljaj. Drugo, kvaliteta turističke ponude igra ključnu ulogu u zadovoljstvu turista i stvaranju pozitivnog iskustva. Turisti očekuju visok standard usluga, sigurnost, čistoću i udobnost tijekom svoga boravka na destinaciji. Destinacije koje ulože u poboljšanje kvalitete svoje ponude često imaju veće izgleda za privlačenje i zadržavanje turista, jer nude bolje iskustvo. Treće, dostupnost turističke ponude ključna je za privlačenje turista. Putnici traže destinacije koje imaju dobre prijevozne veze, širok izbor smještajnih opcija, raznolike restorane i atrakcije te druge sadržaje koji su lako dostupni i pristupačni. Destinacije koje imaju dobru infrastrukturu i lak pristup turističkim resursima često su preferirane među putnicima (Hrvatska enciklopedija, 2024).

Naposljetku, turistička ponuda ima značajan utjecaj na ekonomski razvoj destinacija. Turizam može potaknuti rast lokalne ekonomije stvaranjem radnih mjesta, ulaganjem u infrastrukturu, promicanjem lokalnih proizvoda i usluga te povećanjem prihoda od turizma. Kvalitetna turistička ponuda može doprinijeti prosperitetu lokalnih zajednica i poboljšanju životnoga standarda stanovnika.



**Slika 1. Obilježja turističke ponude**

Izvor: samostalna izrada autorice

Nadalje, na slici 1 prikazana su temeljna obilježja turističke ponude. Temeljna obilježja turističke ponude, kao što su sezonski karakter, diverzifikacija, neelastičnost, statičnost i heterogenost, igraju ključnu ulogu u oblikovanju te industrije. Prvo, sezonski karakter turističke ponude predstavlja izazov za destinacije diljem svijeta. Turistički proizvodi i usluge često su koncentrirani u određenim razdobljima godine, što može rezultirati velikim fluktuacijama u turističkoj potražnji i prihodima. Primjerice, destinacije na obali često doživljavaju vrhunac turističke sezone tijekom ljetnih mjeseci, dok planinski turizam može cvjetati tijekom zimskih mjeseci. Sezonski karakter zahtijeva strategije upravljanja destinacijom koje mogu pomoći u ublažavanju sezonskih varijacija i produljenju turističke sezone. Drugo, diverzifikacija turističke ponude ključna je za privlačenje različitih profila turista. Destinacije koje nude širok spektar aktivnosti i atrakcija imaju veću sposobnost privlačenja različitih tržišnih segmenata, uključujući obitelji, avanturiste, ljubitelje kulture i wellness entuzijaste. Diverzifikacija turističke ponude omogućuje destinacijama da se diferenciraju na tržištu i povećaju svoju konkurentnost. Treće, neelastičnost turističke ponude često predstavlja izazov u kratkom roku. Izgradnja novih turističkih kapaciteta ili turističkih atrakcija može zahtijevati dugotrajne procese planiranja, dozvola i izgradnje, što ograničava brzu prilagodbu na promjene u potražnji. Stoga destinacije moraju pažljivo planirati razvoj svoje ponude kako bi mogli zadovoljiti rastuće potrebe turista u skladu s promjenama na tržištu. Četvrto, statičnost određenih dijelova turističke ponude može biti izazov u kontekstu brzih promjena u turizmu. Iako turizam općenito karakterizira dinamičnost, određeni dijelovi ponude, poput prirodnih atrakcija i kulturnih znamenitosti, često su nepromjenjivi. Međutim, kako se turizam razvija, destinacije često nastoje diversificirati svoju ponudu i učiniti je dinamičnijom kako bi privukle nove turiste i zadovoljile promjenjive potrebe postojećih gostiju. Na kraju, heterogenost turističke ponude omogućuje turistima da biraju između različitih opcija i pronađu onu koja najbolje odgovara njihovim potrebama i preferencijama. Različiti smještajni objekti, atrakcije i turističke aktivnosti mogu imati različite standarde, cijene i iskustva, što doprinosi bogatstvu i raznolikosti turističke ponude (Čavlek, Matečić, Ferjanić Hodak, 2010).

Ukupno gledano, temeljna obilježja turističke ponude oblikuju turističku industriju i imaju važan utjecaj na destinacije, turiste i gospodarstvo općenito. Razumijevanje tih obilježja ključno je za uspješno upravljanje turističkom destinacijom i zadovoljenje potreba sve zahtjevnijih turista.

### 2.3. Karakteristike turističke destinacije

Izraz „destinacija“ dolazi od latinske riječi „destinatio“, što znači odredište, što implicira mjesto u koje se putuje (Anić, Goldstein, 1999: 285). Taj termin prisutan je u svim romanskim jezicima te se često rabi i u anglosaksonskim govornim područjima. Turistička destinacija može se definirati kao optimalna kombinaciju fiksnih i varijabilnih čimbenika te mogućnosti turističkog djelovanja u skladu s preferencijama tržišta, neovisno o administrativnim granicama (Magaš, 1997: 18).

Pod turističkom destinacijom podrazumijeva se uža ili šira prostorno cjelovito obuhvaćena jedinica čiji turistički proizvod kao rezultat izvorne i izvedene turističke ponude ima potencijalnu ili stvarnu turističku utrživost (Meler, 1998: 212). Turistička destinacija kao konkurentska jedinica predstavlja kontekst koji turist izabire za cilj svojeg putovanja i boravka. U svojoj unutrašnjosti destinacija može sadržavati različite elemente koji sačinjavaju lanac vrijednosti, no u konačnici treba znati sve zahtjeve klijenata zadovoljiti cjelovitom ponudom, kooperirajući pritom čak i s drugim destinacijama (Pechlaner, 1999: 1).

Na temelju analize brojnih definicija turističke destinacije u domaćoj i stranoj literaturi smatra se primjerenim definirati je kao turistički organiziranu i tržišno prepoznatljivu prostornu jedinicu, koja skupom svojih turističkih proizvoda potrošačima nudi cjelovito zadovoljenje turističke potrebe. Iz navedenoga se može zaključiti da za definiranje turističke destinacije nisu bitni njezina veličina i geopolitičke granice, već njezina sposobnost za privlačenje turista i zadovoljavanje svih njihovih potreba.

„Za turistička središta je karakteristično to što zadovoljavaju potrebe ne samo turista koji borave u turističkim središtima, već i turista iz okolnih turističkih mjesta, odnosno iz cijelog gravitacijskog područja turističkog središta“ (Križman Pavlović, 2008: 56). „Upravo je to gravitacijsko djelovanje razlog zbog kojeg se turističko središte smatra pretečom turističke destinacije.“ Zbog toga je osamdesetih godina dvadesetog stoljeća uveden pojam turističke destinacije, koja se odnosi na suvremena kretanja u turizmu i na način kako turisti iskorištavaju slobodno vrijeme, pri čemu je marketing u turizmu odigrao veliku ulogu.

Ključne karakteristike turističke destinacije ogledaju se u sljedećemu (Križman Pavlović, 2008):

1. **Prirodne ljepote i resursi:** Prirodne ljepote poput prekrasnih plaža, planinskih vrhova, nacionalnih parkova, jezera, rijeka i šuma često su ključna privlačnost turističkih destinacija. Ti prirodni resursi pružaju turistima priliku za aktivnosti na otvorenom poput planinarenja, vožnje biciklom, kupanja, ronjenja, ribolova i promatranja divljih životinja. Destinacije koje obiluju prirodnim ljepotama imaju potencijal privući velik broj turista i stvoriti nezaboravna iskustva.
2. **Kulturna baština:** Kulturna baština obuhvaća povijesne znamenitosti, tradicije, običaje, umjetnost, arhitekturu i gastronomiju destinacije. Turističke destinacije koje nude bogatu kulturnu baštinu privlače putnike željne istraživanja i otkrivanja novih kultura. Posjetitelji mogu posjetiti povijesne gradove, muzeje, lokalne festivale, kulturne manifestacije, tradicionalne radionice i uživati u autentičnim jelima i pićima. Kulturna baština često je ključni identitet destinacije i važan čimbenik njezine privlačnosti.
3. **Infrastruktura i usluge:** Kvalitetna infrastruktura i pružanje raznolikih usluga ključni su za pozitivno iskustvo turista. Infrastruktura uključuje smještajne kapacitete, transportne veze, restorane, trgovine, zabavne sadržaje, zdravstvene ustanove i sigurnosne mjere. Dobro razvijena infrastruktura omogućuje turistima udoban boravak i olakšava im istraživanje destinacije. Pružanje kvalitetnih usluga, kao što su gostoljubivost, sigurnost, turistički vodiči i informacijski centri, također doprinosi zadovoljstvu posjetitelja i stvaranju pozitivnog dojma o destinaciji.
4. **Raznolikost aktivnosti i atrakcija:** Turističke destinacije koje nude širok spektar aktivnosti i atrakcija imaju veću sposobnost privlačenja različitih profila turista. To uključuje avanturističke aktivnosti poput planinarenja, raftinga ili zip-lininga, kulturne ture, vodene sportove, obilaske prirodnih atrakcija, wellness i spa programe te razne oblike zabave i rekreacije. Raznolikost aktivnosti omogućuje putnicima da prilagode svoje iskustvo prema vlastitim interesima i preferencijama te osigurava ponudu za različite dobne skupine i interese.
5. **Održivost i odgovornost:** Sve više turista traži destinacije koje promiču održiv turizam i odgovorno upravljanje resursima. Održive destinacije brinu o zaštiti okoliša,

očuvanju prirodnih i kulturnih resursa, podržavaju lokalnu zajednicu i potiču ekonomski razvoj na način koji smanjuje negativne utjecaje na okoliš i zajednicu. Destinacije koje se ističu po održivosti privlače turiste koji su svjesni svoje uloge u očuvanju planeta i podržavaju takve inicijative.

## 2.4. Pojam kulturnog turizma

Kulturni turizam nije lako definirati upravo zbog kulture i njezine složenosti, ali i složenosti, fleksibilnosti i različitosti samog turizma. Kulturni turizam povezuje sadašnjost s prošlošću, odnosno sadašnja kulturna bogatstva s kulturnim vrijednostima iz prošlosti. To mogu biti tradicije, blagdani, priče, pjesme, manifestacije, odnosno nematerijalna baština koja se prenosi s naraštaja na naraštaj, a ne samo građevine i materijalna baština.

„Pojam kulturnog turizma uglavnom se primjenjuje na putovanja koja uključuju posjete kulturnim resursima neovisno o početnim motivima, a kroz kretanje ljudi izvan njihovog uobičajenog mjesta stanovanja. Namjera ovakvih putovanja zasniva se na specifičnim interesima, tj. potrazi za sudjelovanjem u novim značajnim iskustvima kulturne prirode kao što su otkrivanje vrijednosti i atraktivnosti spomenika i lokacija, ali i tradicionalnih društava, plesova, pjesama i priča koji prelaze iz jedne generacije u drugu“ (Geić, 2011: 305).

Kultura u kontekstu turizma može se definirati kao ukupnost materijalnih (cjelokupna turistička infrastruktura) i duhovnih vrijednosti (običaji, životni stil, tradicija) koje zajednica osjeća kao svoj jedinstveni način života. Kultura je ukupan i jedinstven način života određene zajednice. Nešto što je u jednoj kulturi uobičajeno i svakodnevno, u drugoj kulturi može biti novo i egzotično. Kulturni se turizam, dakle, ne sastoji samo od pasivne potrošnje, odnosno promatranja i obilaska povijesnih lokaliteta, muzejskih zbirki, slika ili kazališnih predstava. Sve je više turista zainteresirano za kreativni turizam, a sastoji se od aktivnog sudjelovanja u kulturnim aktivnostima poput slikarstva, fotografiranja, plesanja, kuhanja itd. (Dujmović, 2014: 109).

Dakle, turisti danas ne putuju samo za radi bijega od svakodnevice i odmora, već putuju kako bi upoznali druge kulture te na taj način obogatili svoje znanje, vještine i osobnost. „Ne postoji jedinstvena, specifična definicija kulturnog turizma jer stručnjaci koji se njime bave uzimaju u obzir ono što se zasniva na njihovu vlastitom proizvodu i resursima s

---

kojima rade. Neki ga zovu kulturnim turizmom, neki turizmom baštine, neki turizmom kulturne baštine“ (Jelinčić, 2008: 41).

Nadalje, kada se govori o tipologiji kulturnog turizma, s obzirom na njegovu raznolikost i složenost, može se podijeliti u nekoliko podsektora ili tipologija. Smith (2009) tako razlikuje:

- **Turizam naslijeđa:** Ovaj oblik kulturnog turizma fokusira se na posjete materijalnoj i nematerijalnoj kulturnoj baštini, uključujući zgrade, spomenike, arheološka nalazišta, običaje, festivale i ceremonije koje se prenose s naraštaja na naraštaj.
- **Turizam umjetnosti:** Ovdje je naglasak na umjetnosti u različitim oblicima poput slikarstva, kiparstva, glazbe, kazališta i drugih kreativnih izraza. Turisti posjećuju muzeje, galerije, kazališta te sudjeluju u umjetničkim događanjima i festivalima.
- **Kreativni turizam:** Ovaj oblik turizma uključuje aktivno sudjelovanje turista u stvaranju umjetničkih ili tradicionalnih vrijednosti. To može uključivati tečajeve slikanja, fotografske ture, radionice izrade rukotvorina te druge kreativne aktivnosti.
- **Urbani kulturni turizam:** Fokusiran je na aktivnosti koje se odvijaju u urbanim sredinama. Turisti posjećuju gradove radi istraživanja kulturnih resursa poput muzeja, galerija, povijesnih znamenitosti te sudjeluju u kulturnim događanjima.
- **Ruralni kulturni turizam:** Ovdje se naglasak stavlja na seoska područja i njihovu kulturnu baštinu te prirodne ljepote. Turisti posjećuju ruralna područja radi upoznavanja s tradicionalnim načinom života, običajima, gastronomijom te prirodnim ljepotama.
- **Domorodački turizam:** Ovaj oblik turizma privlači turiste koji žele upoznati tradicionalne običaje i sudjelovati u njima, u kulturi i načinu života autohtonih zajednica. Turisti posjećuju rezervate, nacionalne parkove i druga područja naseljena domorodačkim zajednicama radi upoznavanja njihove kulture i tradicije

## 2.5. Uloga muzeja u kulturnom turizmu i razvoju destinacije

Uloga muzeja u kulturnom turizmu i razvoju destinacije izuzetno je važna, jer oni nisu samo institucije koje čuvaju kulturno nasljeđe, već i ključni promotori turizma te pokretači lokalnog razvoja. Različitim aktivnostima i programima muzeji pružaju posjetiteljima jedinstveno iskustvo upoznavanja s poviješću, umjetnošću, tradicijom i identitetom određene

regije ili grada. U ovom dijelu istražiti će se načini na koje muzeji doprinose kulturalnom turizmu i razvoju destinacije, navodeći primjere iz prakse.

Prvo, muzeji imaju ključnu ulogu u čuvanju kulturnog nasljeđa destinacije. Primjerice, Nacionalni muzej u Parizu čuva tisuće umjetničkih djela koja svjedoče o bogatoj francuskoj kulturnoj baštini, uključujući ikone poput Mona Lise Leonarda da Vinci i Kipa slobode. Ti artefakti ne samo da privlače turiste iz cijelog svijeta već i pružaju dublje razumijevanje povijesti i kulture Francuske.

Drugo, muzeji pružaju obrazovne programe i interpretaciju kulturnih sadržaja koji pomažu posjetiteljima da steknu dublje razumijevanje povijesti, umjetnosti i tradicije. Na primjer, Britanski muzej u Londonu organizira različite tematske ture i radionice koje posjetiteljima omogućuju interakciju s povijesnim artefaktima te učenje o različitim kulturama i civilizacijama.

Treće, muzeji su ključne turističke atrakcije koje privlače posjetitelje iz cijeloga svijeta. Neki od najpoznatijih muzeja, kao što su Louvre u Parizu, Muzej Prado u Madridu i Muzej MET u New Yorku, godišnje privuku milijune turista. Ti muzeji nude raznoliku ponudu izložbi, interaktivnih sadržaja i edukativnih programa koji posjetiteljima pružaju jedinstveno iskustvo i potiču ih da istražuju i uče.

Četvrto, muzeji doprinose lokalnoj ekonomiji generiranjem prihoda od ulaznica, suvenirica i drugih usluga. Na primjer, Muzej Van Gogh u Amsterdamu ne samo da privlači posjetitelje zbog svoje impresivne zbirke radova slavnog slikara već i generira značajne prihode od ulaznica i prodaje suvenira, što doprinosi ekonomskom razvoju grada.

Nadalje, muzeji igraju ključnu ulogu u očuvanju kulturnog identiteta i baštine destinacije. Primjerice, Nacionalni muzej Etnološkog društva u Zagrebu posvećen je očuvanju i promociji tradicionalnih običaja, narodne nošnje i zanatskih vještina Hrvatske. Svojim aktivnostima muzeji potiču osjećaj ponosa kod lokalnog stanovništva te doprinose očuvanju autentičnosti i identiteta destinacije.

Zatim, muzeji kao čuvari kulturnog nasljeđa imaju odgovornost prema budućim generacijama da sačuvaju i prezentiraju vrijedne artefakte, umjetnička djela i druge kulturne objekte. Kontinuiranim istraživanjem, konzervacijom i restauracijom muzeji omogućuju da kulturno nasljeđe bude dostupno i vidljivo i za buduće generacije. Primjerice, Egipatski muzej



u Kairu čuva tisuće drevnih artefakata koji svjedoče o bogatoj povijesti i kulturi Egipta, što privlači turiste iz cijeloga svijeta i doprinosi ekonomiji zemlje.

Uz to, oni predstavljaju važan čimbenik u promicanju interkulturalnog dijaloga i razumijevanja. Organizacijom međunarodnih izložbi, kulturnih događanja i razmjene muzeji potiču dijalog među različitim kulturama i doprinose jačanju međunarodne suradnje i tolerancije. Na primjer, Muzej Azijske civilizacije u Singapuru promiče razumijevanje i poštovanje azijskih kultura svojim izložbama, radionicama i edukativnim programima.

Također imaju ulogu u revitalizaciji i regeneraciji urbanog prostora. Mnogi gradovi diljem svijeta koriste kulturne institucije kao središta za obnovu i revitalizaciju zapuštenih industrijskih i urbanih područja. Na primjer, Guggenheim muzej u Bilbau postao je simbol revitalizacije toga španjolskog grada i značajno je doprinio ekonomskom rastu i turističkoj promociji regije.

Na kraju, muzeji mogu potaknuti lokalni razvoj suradnjom s lokalnim zajednicama i poduzetnicima. Različitim programima i inicijativama muzeji mogu poticati lokalnu umjetnost, obrtništvo i turističke usluge, što doprinosi ekonomskom rastu i socijalnom razvoju zajednice. Na primjer, Muzej suvremene umjetnosti u Los Angelesu surađuje s lokalnim umjetnicima, obrtnicima i restoranima kako bi promovirao lokalnu kreativnu scenu i podržao lokalnu ekonomiju.

Sve u svemu, uloga muzeja u kulturnom turizmu i razvoju destinacije višestruka je i sveobuhvatna. Svojim aktivnostima i programima muzeji ne samo da čuvaju kulturno nasljeđe i promiču interkulturalni dijalog već i doprinose ekonomskom i socijalnom razvoju lokalnih zajednica te obogaćuju turističku ponudu destinacije.

#### 2.5.1. Pregled Muzeja krapinskih neandertalaca i Nalazišta krapinskog pračovjeka na Hušnjakovu brdu

Muzej krapinskih neandertalaca i arheološko Nalazište krapinskog pračovjeka na Hušnjakovu brdu predstavljaju izuzetno važan kulturno-povijesni kompleks u Hrvatskoj i svjetski značajnu arheološku destinaciju. To značajno nalazište otkriveno je 1899. godine, kada su istraživači pronašli prve fosilne ostatke neandertalaca na ovom području. Ključna figura u istraživanju i otkriću toga nalazišta bio je hrvatski paleontolog Dragutin Gorjanović-

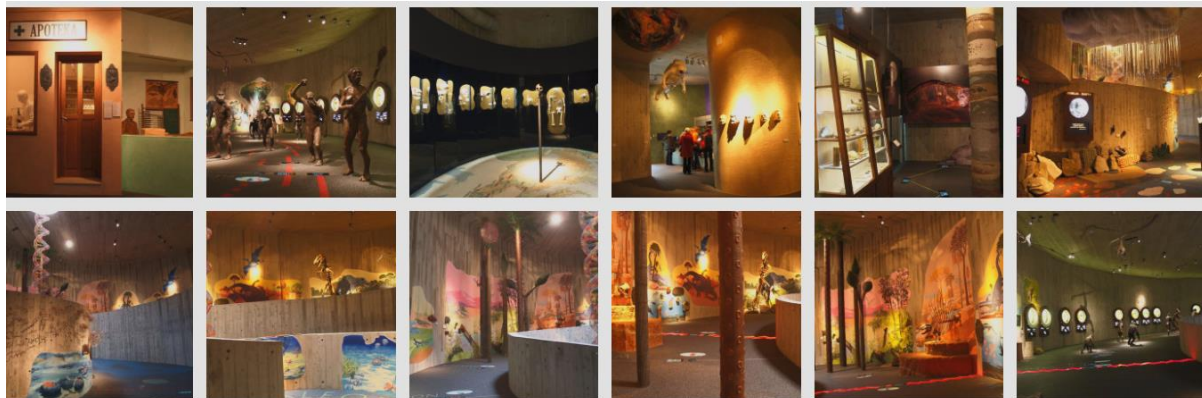
Kramberger, koji je započeo sustavna arheološka istraživanja na Hušnjakovu brdu i time postavio temelje proučavanja neandertalske kulture na ovim prostorima (Muzej krapinskih neandertalaca, 2024).

Muzej krapinskih neandertalaca, otvoren 2010. godine, predstavlja jedinstveno mjesto koje posjetiteljima omogućuje da se upoznaju s evolucijom čovjeka i života neandertalaca u ovom području. Izložba muzeja temelji se na nalazima koji potječu s arheološkog nalazišta na Hušnjakovu brdu, a obuhvaća fosilne ostatke neandertalaca, alata, životinjskih ostataka te druge arheološke artefakte. Posjetitelji imaju priliku vidjeti replike neandertalskih skeleta, rekonstrukcije staništa i alatki kojima su se koristili te dobiti uvid u njihov način života, lov i interakciju s okolinom.

Posjet Muzeju krapinskih neandertalaca i arheološkom nalazištu na Hušnjakovu brdu omogućuje posjetiteljima ne samo da nauče više o drevnoj povijesti čovječanstva već i da iskuse bogatstvo arheološke baštine Hrvatske. Ta destinacija privlači brojne turiste, istraživače i ljubitelje arheologije iz cijelog svijeta te doprinosi turističkoj promociji regije i njezinoj kulturnoj ponudi (ING – GRAD, 2024).

Muzej krapinskih neandertalaca smješten je uz samo nalazište na Hušnjakovu brdu između brda Hušnjakovo i Josipovac te zauzima površinu od 1200 m<sup>2</sup>. Izgrađen je od betonske konstrukcije u obliku pećine, što simbolizira okolinu u kojoj su neandertalci živjeli. Planinarskom stazom povezan je sa samim nalazištem, čineći posjet muzeju još atraktivnijim i povezanijim s arheološkim lokalitetom. Čitavo područje muzeja zamišljeno je kao krapinski neandertalski park koji osim muzeja uključuje i termalno lječilište te prateće objekte. Podna površina muzeja izvedena je u kamenom tepihu od kvarcnog pijeska pomiješanog s epoksidnim smolama, dok su zidovi izvedeni u sirovom i obojenom betonu, što doprinosi autentičnosti i autentičnoj prezentaciji neandertalskog okruženja (ING-GRAD, 2024).

Muzej ima dvije etaže: ulazni dio sastoji se od staklenih površina na kojima su prikazane scene iz života neandertalaca, dok se u prizemlju i na katu nalazi spiralna rampa prekrivena zemljom koja simbolizira spiralno vrijeme od nastanka svijeta do pojave neandertalaca. Na katu se nalazi pećina koja ponavlja oblik postojeće pećine na nalazištu. U toj muzejskoj pećini prikazan je život 17 obitelji neandertalaca, a posebno se ističu hiperrealistične lutke koje vjerno prikazuju izgled neandertalaca, rad poznate francuske kiparice Elisabeth Daynes (ING-GRAD, 2024).

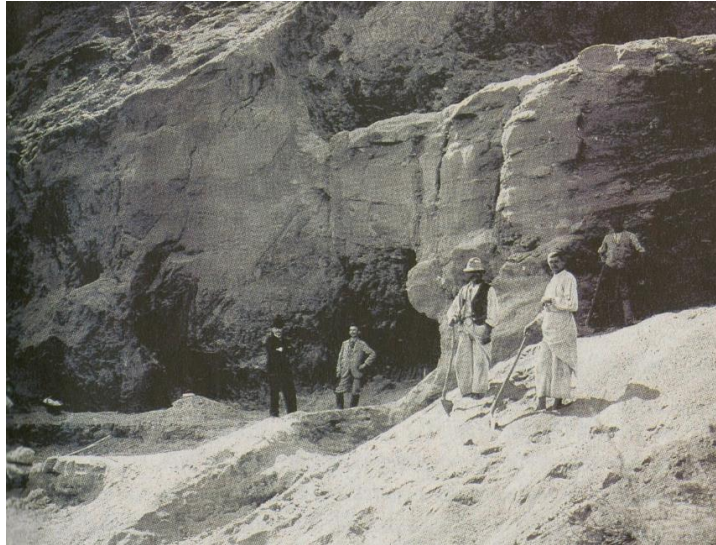


**Slika 2. Prikaz dijelova Muzeja**

Izvor: ING-GRAD (2024). Muzej krapinskih neandertalaca Krapina, dostupno na: <https://www.ing-grad.hr/hr/sto-radimo/turisticke-gradevine-i-gradevine-javne-namjene/muzeji/muzej-krapinskih-neandertalaca-krapina>

Muzej je obogaćen brojnim multimedijalnim sadržajima, 3D-projekcijama, glazbom, posebnom rasvjetom te raznolikim vizualnim i zvučnim efektima, čineći ga jednim od najmodernijih muzeja u Europi i među sofisticiranijima u svijetu. Gradnja muzeja započela je 1999. godine, na stotu obljetnicu otkrića nalazišta krapinskog pračovjeka, a službeno je otvoren 28. veljače 2010. godine. Projekt muzeja potpisuje arhitekt Željko Kovačić, dok je cjelokupni koncept osmislio muzejski savjetnik Hrvatskoga prirodoslovnog muzeja Jakov Radovčić.

Arheološko nalazište krapinskog pračovjeka, otkriveno pod vodstvom profesora Dragutina Gorjanovića-Krambergera, predstavlja jedno od najvažnijih paleontoloških nalazišta u Europi. Iskopavanja su trajala šest godina (1899. – 1905.) te su rezultirala pronalaskom oko devet stotina ljudskih fosilnih kostiju, što predstavlja najbrojniju i najbogatiju zbirku neandertalskog čovjeka prikupljenu na jednom lokalitetu. Osim ljudskih ostataka, nađeni su i fosilni ostaci mnogih drugih životinja te preko tisuću komada kamenog oruđa iz paleolitika. Nalazište je zaštićeno kao prvi paleontološki spomenik prirode RH (1961.) i uvršteno je u jedno od najbogatijih paleolitskih staništa neandertalskog čovjeka u Hrvatskoj i Europi (Muzej krapinskih neandertalaca, 2024).



**Slika 3. Prikaz Dragutina Gorjanovića-Krambergera na Nalazištu Hušnjakovo**

Izvor: Muzej krapinskih neandertalaca (2024). Nalazište, dostupno na:

<https://mkn.mhz.hr/hr/o-muzeju/nalaziste/>

### **3. DOPRINOS MUZEJA HUŠNJAKOVO I NALAZIŠTA KRAPINSKOG PRAČOVJEKA RAZVOJU TURIZMA**

Muzej Hušnjakovo i Nalazište krapinskog pračovjeka značajne su sastavnice kulturno-turističke ponude Krapinsko-zagorske županije. Smještene u regiji koja obiluje povijesnim i prirodnim blagom, te lokacije služe kao ključne atrakcije za turiste i kao važan alat za promicanje regije na nacionalnoj i globalnoj razini. Osim što samo prikazuju arheološka otkrića, ta mjesta služe i kao obrazovna sredstva, pružajući uvid u svakodnevni život neandertalaca koji su živjeli na tom području prije više od 125 000 godina.

Muzej Hušnjakovo pruža vrhunsko i impresivno iskustvo za posjetitelje da se zadube u povijest neandertalaca. Dinamičnim izložbama, interaktivnim 3D-modelima i virtualnim obilascima gosti se mogu uključiti u evolucijsko putovanje čovječanstva. Smješten na nalazištu pračovjeka u Krapini, značajnom paleolitskom mjestu u Europi, muzej prikazuje fosilne ostatke i artefakte koji nude fascinantan uvid u našu davnú prošlost.

Utjecaj Muzeja i njegovih različitih lokacija na razvoj turizma u Krapinsko-zagorskoj županiji ogleda se u porastu broja posjetitelja, širenju smještajnih kapaciteta, otvaranju novih gastronomskih objekata te ugošćavanju širokog spektra događanja. Te atrakcije ne samo da povećavaju privlačnost županije za turiste, već također potiču gospodarsku aktivnost i doprinose unaprjeđenju turističkih sadržaja.

Muzej i lokalitet ne samo da pridonose očuvanju kulturne baštine već imaju i ključnu ulogu u edukaciji lokalne zajednice o njezinoj važnosti i promicanju održivog turizma. Lokalno stanovništvo aktivno je uključeno u različite projekte i inicijative čiji je cilj očuvanje i promicanje njihove kulturne baštine, osiguravajući da regija dugoročno ostane privlačna posjetiteljima.

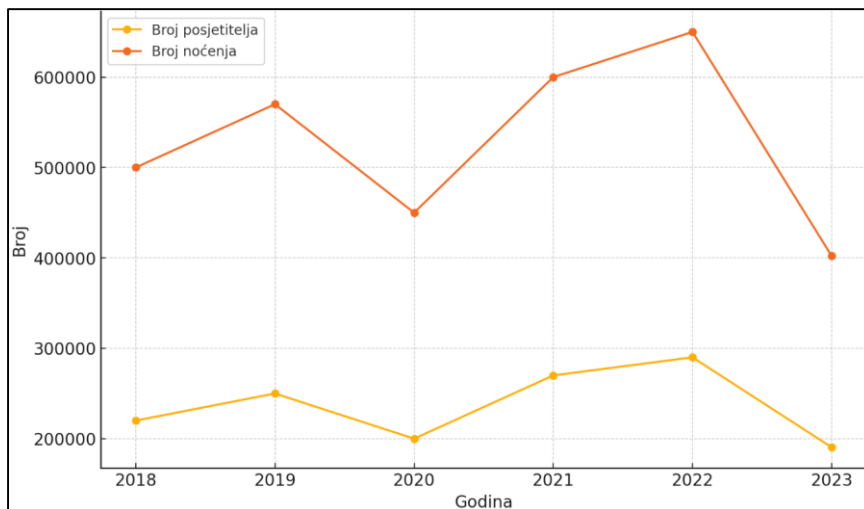
Muzej Hušnjakovo i lokalitet pračovjeka u Krapini ključna su imovina Krapinsko-zagorske županije, koja igra ključnu ulogu u njezinu turističkom i gospodarskom razvoju čuvajući povijesnu baštinu, educirajući posjetitelje i lokalno stanovništvo te zagovarajući održivi turizam.

Ovo poglavlje prikazuje turističku posjećenost Krapinsko-zagorske županije te ulogu Muzeja Hušnjakovo i Nalazišta u turističkoj ponudi Županije te ulogu u cjelokupnom razvoju turizma na području Krapinsko-zagorske županije.

### 3.1. Prikaz turističke posjećenosti Krapinsko-zagorske županije

Krapinsko-zagorska županija, smještena u sjeverozapadnom dijelu Hrvatske, poznata je po bogatoj kulturnoj i prirodnoj baštini. Posljednjih nekoliko godina bilježi se značajan porast broja turista, a popularne znamenitosti poput Muzeja Hušnjakovo i lokaliteta pračovjeka u Krapini igraju ključnu ulogu u privlačenju posjetitelja. Prema statističkim podacima Turističke zajednice Krapinsko-zagorske županije, 2023. godina zabilježila je rekordnih 190.456 dolazaka i 402.061 noćenja, što je porast od 8,6 posto u odnosu na prethodnu godinu. Taj značajan rast može se zahvaliti unaprjeđenju turističke infrastrukture i raznolikoj ponudi, uključujući kulturne i prirodne atrakcije, kao i nizu događanja i festivala (Turistička zajednica Krapinsko-zagorske županije, 2023).

Statistika posjećenosti turista tijekom godina pokazuje stalni porast broja posjetitelja i noćenja. U 2018. bilo je 220.000 posjetitelja i 500.000 noćenja, a zatim 250.000 posjetitelja i 570.000 noćenja u 2019. Brojke su se blago smanjile u 2020. na 200.000 posjetitelja i 450.000 noćenja, ali su se vratile u 2021. s 270.000 posjetitelja i 600.000 noćenja. Do 22. godine bilo je 290.000 posjetitelja i 650.000 noćenja. Međutim, u 2023. godini zabilježen je pad sa 190.456 posjetitelja i 402.061 noćenja. Prvi put broj stranih turista nadmašio je domaće turiste, koji su ostvarili 52 posto ukupnih noćenja i 51 posto ukupnih dolazaka. Najviše stranih gostiju bilo je iz Slovenije, Poljske i Njemačke. Hoteli i kampovi ostvarili su 315.709 noćenja, a ostali smještajni kapaciteti 86.352 noćenja. Prosječna popunjenost kreveta bila je 51,38 % (grafikon 1).

**Grafikon 1. Prikaz turističke posjećenosti Krapinsko-zagorske županije u vremenskom razdoblju od 2018. do 2023. godine**

Izvor: samostalna obrada autorice

Vrhunac sezone za posjetitelje obično je tijekom proljetnih i ljetnih mjeseci, kada se održavaju brojna događanja i kada je zadržavajući prirodni krajolik najbolji. Popularne manifestacije kao što su Seljačka buna, Štruklijada i Tjedan kajkavske kulture okupljaju velik broj ljudi, što dodatno povećava broj turista. Iako je pandemija bolesti COVID-19 dovela do pada broja posjetitelja 2020., industrija se brzo oporavila 2021. implementacijom novih sigurnosnih protokola i ažuriranom turističkom ponudom.

Župan Željko Kolar istaknuo je impresivne rezultate turističkoga gospodarstva u 2023. godini, istaknuvši ne samo rast broja posjetitelja već i porast noćenja u različitim sektorima smještaja. Spomenuo je i sve veći broj hodočasnika koji posjećuju Mariju Bistricu. Nadalje, istaknuo je da statistika ne uključuje posjetitelje restorana i događanja, koji imaju značajnu ulogu u povećanju ukupnoga turističkog prometa. Primjerice, samo obilježavanje Seljačke bune u Donjoj Stubici posjeti oko 20.000 posjetitelja. Kada se uzmu u obzir ostale popularne manifestacije kao što su Štruklijada, Babičin kolač, Igrajte nam mužikaši, Lborfest, Klanječka jesen, Berba grožđa u Pregradi, Tjedan kajkavske kulture, Tjedan zabavne kulture, sportska događanja i Zagorska svadba, turistički rezultati još su veći (Turistička zajednica Krapinsko-zagorske županije, 2023).

Sanja Škrinjar, voditeljica Turističke zajednice KZZ-a, istaknula je važnost promocije i međunarodne prepoznatljivosti u pokretanju impresivnih rezultata. Izrazila je optimizam za nadmašivanje tih postignuća u budućnosti te napomenula da su dolasci porasli za 165,24

posto, a noćenja za 149,04 posto. Spomenula je i porast turista iz Nizozemske te odala zasluge domaćim hotelijerima za njihov trud u privlačenju posjetitelja. Također, potvrdila je rast kuća za odmor, pa su prošle godine kategorizirana 42 nova objekta, i to kuća i apartmana.

Nikola Gospočić, gradonačelnik Donje Stubice i ujedno predsjednik TZ područja Donja Stubica i Gornja Stubica, otkrio je kako je u 2023. godini zabilježen značajan porast kako u dolascima tako i u noćenjima, s rastom dolazaka od 34 posto, i 35 posto više noćenja u odnosu na prethodnu godinu. Time je ostvareno dodatnih 10 tisuća noćenja, unatoč tome što nije došlo do značajnijeg povećanja kapaciteta smještajnih kreveta. Gospočić je uvjeren da će do 2025. broj noćenja u Gupčevu kraju premašiti 40.000, a taj uspjeh pripisuje predanosti i marljivoj radu svih koji sudjeluju u turizmu, uključujući Turističku zajednicu, Hotel Terme Jezerčica i privatni smještaj (Turistička zajednica Krapinsko-zagorske županije, 2023).

Elvis Pavleković, direktor Termi Jezerčica, rekao je da je 2023. za njihovu tvrtku bila i izazov i trijumf. Unatoč suočavanju sa zatvaranjem hotela i parka zbog renoviranja tijekom posljednjih dvaju mjeseca prethodne godine, stalna ulaganja tijekom proljeća dovela su do značajnog porasta i noćenja i posjetitelja koji su uživali u kupalištima. Gledajući unaprijed, Pavleković je otkrio planove za dodatna ulaganja u poboljšanje turističkog iskustva u ljetovalištu, s predviđenim datumom završetka 2026. godine, s ciljem dodatnog povećanja privlačnosti i privlačenja većega priljeva turista (Turistička zajednica Krapinsko-zagorske županije, 2023).

### **3.2. Uloga Muzeja Hušnjakovo i Nalazišta krapinskog pračovjeka u turističkoj ponudi Županije**

Muzej Hušnjakovo i Nalazište krapinskog pračovjeka neizostavne su atrakcije u turističkoj ponudi Krapinsko-zagorske županije. Te lokacije ne samo da nude uvid u arheološku ostavštinu toga područja već služe i kao obrazovno sredstvo, rasvjetljavajući način života i običaje neandertalaca koji su nekada živjeli u regiji, prije više od 125.000 godina. Njihova važnost u povijesti i suvremena prezentacija čine ih mjestima koja moraju posjetiti turisti različitoga podrijetla i dobi.

Muzej Hušnjakovo, smješten u neposrednoj blizini arheološkog nalazišta, privlačan je raznolikom krugu posjetitelja, od školaraca do stručnjaka. Svojim suvremenim pristupom i zanimljivim izlošcima muzej nudi iskustvo visoke tehnologije, s interaktivnim zaslonima, 3D-



modelima i virtualnim obilascima koji oživljavaju povijest neandertalaca na impresivan i edukativan način. Posjetitelji mogu uroniti u svakodnevni život drevnih stanovnika Krapine, istražujući njihovo oruđe, oružje i umjetnička djela kako bi stekli dublje razumijevanje njihove kulture. Muzejske praktične aktivnosti, poput simulacije izrade kamenih alata i rekonstruiranih staništa, omogućuju posjetiteljima da se aktivno uključe i uče kroz interaktivna iskustva.

Krapinsko nalazište pračovjeka, koje se smatra jednim od najznačajnijih paleolitskih nalazišta u Europi, daje vrijedan povijesni aspekt turističkoj ponudi županije. To mjesto nudi fascinantno uvid u evolucijsku prošlost čovječanstva, s izvanrednim arheološkim otkrićima poput neandertalskih fosilnih ostataka i drevnih kamenih alata. Nalazište se pomno održava i organizira, s vođenim obilascima koji posjetitelje educiraju o povijesti, tehnikama istraživanja i važnosti nalaza. Stručnjaci na mjestu dijele uvide u svakodnevni život, društvene strukture i prilagodbe okoliša neandertalaca, omogućujući posjetiteljima da prodube svoje razumijevanje tih drevnih naroda.

Turistička ponuda Županije obuhvaća širok raspon doživljaja, od vodstva do interaktivnih izložbi, a sve s ciljem da se posjetiteljima omogući cjelovito razumijevanje drevnog života i kulture pračovjeka Krapine. Muzej je domaćin raznih edukativnih aktivnosti, poput radionica i predavanja, namijenjenih školama, fakultetima i široj javnosti, s ciljem promicanja arheologije i paleontologije. Te praktične radionice omogućuju sudionicima da urone u svijet neandertalaca, učeći o njihovim tehnikama izrade alata, praksama lova i sakupljanja te umjetničkim nastojanjima. Štoviše, muzej nudi specijalizirane programe namijenjene djeci i obiteljima, spajajući zabavu i obrazovanje kako bi potaknuli strast prema znanosti i povijesti od malih nogu.

Ta metoda ne samo da povećava privlačnost područja turistima već također igra ulogu u očuvanju i predstavljanju kulturne baštine. Muzej Hušnjakovo blisko surađuje s raznim lokalnim i globalnim organizacijama na projektima vezanima uz očuvanje i istraživanje, učvršćujući svoj status središta arheoloških studija i učenja. Ti projekti obuhvaćaju zadatke kao što su očuvanje arheoloških otkrića, implementacija inovativnih tehnika izlaganja i uključivanje u globalna istraživačka nastojanja. Tim partnerstvima muzej je u mogućnosti ostati u tijeku s vrhunskim znanstvenim dostignućima i tehnikama, jamčeći vrhunsku razinu obrazovanja i prezentacije (Muzej krapinskih neandertalaca, 2023).

Muzej i mjesto značajno doprinose lokalnoj zajednici promičući turizam i jačajući gospodarstvo. Posjetitelji često odluče produljiti svoj boravak u tom području istraživanjem drugih turističkih mjesta, objedovanjem u lokalnim restoranima i odsjedanjem u obližnjim smještajnim objektima. Događaji poput Noći muzeja, arheoloških kampova i tematskih obilazaka organiziraju se kako bi se povećala posjećenost i angažirala zajednica. Te aktivnosti ne samo da privlače turiste već i uključuju lokalno stanovništvo, potičući zajedničko razumijevanje važnosti očuvanja kulturne baštine.

Prisutnost Muzeja Hušnjakovo i Nalazišta krapinskog pračovjeka svojom povijesnom i edukativnom važnošću ne samo da unaprjeđuje turističke mogućnosti Krapinsko-zagorske županije već je i ključni čimbenik u očuvanju kulturne baštine i poticanju razvoja lokalne zajednice. Bespriječna integracija obrazovanja, istraživanja i turizma na tim lokacijama čini ih nezamjenjivim dobrima za županiju i okolnu regiju. Njihovi stalni napori igraju ključnu ulogu u predstavljanju Krapinsko-zagorske županije kao povijesno i kulturno bogate destinacije, koja privlači sve veći broj domaćih i stranih turista.

Muzej Hušnjakovo i Nalazište pračovjeka u Krapini etablirali su se kao bitna odredišta u turističkom krugu Hrvatske, zahvaljujući svojim raznolikim i zanimljivim izlošcima koji posjetiteljima omogućuju da zarone u fascinantan svijet ljudske evolucije. Te atrakcije aktivno zagovaraju važnost arheoloških istraživanja i očuvanja baštine, jamčeći da ostavština neandertalaca u Krapini i dalje odjekuje generacijama koje dolaze (Muzej krapinskih neandertalaca, 2023).

### **3.3. Utjecaj Muzeja Hušnjakovo i Nalazišta krapinskog pračovjeka na razvoj turizma u Krapinsko-zagorskoj županiji**

Muzej Hušnjakovo i prapovijesno nalazište Krapina imaju ključnu ulogu u razvoju turizma u Krapinsko-zagorskoj županiji. Njihova popularnost privlači više posjetitelja, što dovodi do jačanja lokalnoga gospodarstva i rasta turističkih sadržaja. Te atrakcije ne samo da dovode turiste već i potiču stvaranje novih poduzeća i njeguju osjećaj zajednice kroz turizam.

Značajna posljedica toga utjecaja jest rast broja smještajnih i ugostiteljskih objekata u regiji. Porast turizma potaknuo je osnivanje novih hotela, gostionica i restorana, čime je obogaćena ukupna turistička ponuda Županije. Na primjer, povećani interes za posjet Muzeju i lokalitetu doveo je do otvaranja više od deset novih smještajnih objekata u posljednjih pet

godina. Uz mogućnosti smještaja, pojavili su se razni restorani koji nude lokalne delicije i unaprjeđuju cjelokupno iskustvo za turiste. Promovirajući lokalnu kuhinju i proizvode, ti objekti ne samo da pridonose gospodarskom rastu već pomažu i u očuvanju lokalnih običaja i tradicije.

Nadalje, koordinacija raznih izložbi i aktivnosti povezanih s Muzejom i lokalitetom služi privlačenju turista i predstavljanju Krapinsko-zagorske županije kao poželjne turističke destinacije. Posebni događaji poput Noći muzeja, Dana neandertalca i specijaliziranih radionica i predavanja popularni su među posjetiteljima i dobivaju značajnu medijsku pozornost. Ti događaji ne samo da povećavaju broj posjetitelja tijekom cijele godine već i potiču lokalno stanovništvo da se uključi u očuvanje i slavljenje svoje kulturne baštine. Ta događanja postala su sastavni dio turističkoga rasporeda Županije, privlačeći putnike iz cijele Hrvatske i šire.

Muzej Hušnjakovo i Nalazište krapinskog pračovjeka imaju dugotrajan utjecaj na razvoj turizma zbog njihove uloge u edukaciji zajednice o važnosti očuvanja kulturne baštine i promicanju održivog turizma. Lokalne inicijative i projekti uključili su zajednicu u očuvanje i promicanje tih arheoloških nalazišta, osiguravajući njihovu privlačnost budućim posjetiteljima. Muzejski edukativni programi i radionice za škole i druge organizacije imaju ključnu ulogu u podizanju svijesti o važnosti očuvanja kulturne baštine.

Muzej surađuje s obližnjim školama i obrazovnim organizacijama kako bi pružio prilagođena obrazovna iskustva, poput vođenih obilazaka, praktičnih aktivnosti i informativnih razgovora. Te inicijative imaju za cilj produbiti znanje učenika o neandertalcima, potaknuti strast prema arheologiji i promicati važnost očuvanja kulturne baštine. Putem te suradnje Muzej nastoji inspirirati sljedeću generaciju ljubitelja povijesti i konzervatora.

Surađujući s organizacijama diljem svijeta i uključivši se u europske inicijative, Muzej Hušnjakovo i prapovijesno nalazište Krapina igraju ključnu ulogu u unaprjeđenju znanja i metodologija istraživanja, učvršćujući svoju reputaciju istaknutog središta proučavanja neandertalaca u Europi. Ti zajednički naponi često uključuju razmjenu stručnosti, udruživanje resursa za očuvanje i istraživačke napore te zajednički rad na poboljšanju očuvanja i izlaganja arheoloških otkrića (Horvat, 2023).

Muzeji i povijesna mjesta igraju ključnu ulogu u jačanju lokalnoga gospodarstva ne samo donoseći izravne prihode od posjetitelja već i potičući dulji ostanak u tom području. To dovodi do povećanog poslovanja za lokalni smještaj, restorane i druge turističke usluge, što u konačnici daje financijski poticaj zajednici i stvara nove mogućnosti zapošljavanja u turizmu i ugostiteljstvu.

Unaprjeđenje turističke infrastrukture obuhvaća i poboljšanje prometne povezanosti i infrastrukture. Kako bi olakšala priljev turista, županija je dodijelila sredstva za modernizaciju cesta, izgradnju dodatnih parkirališta i poboljšanje usluga javnog prijevoza. Te infrastrukturne inicijative ne samo da posjetiteljima olakšavaju pristup Muzeju i okolici već pridonose i općoj dobrobiti lokalne zajednice.

Osim toga, turistička zajednica regije aktivno reklamira Muzej Hušnjakovo i Nalazište krapinskog pračovjeka različitim marketinškim aktivnostima, uključujući sudjelovanje u međunarodnim događanjima i kampanjama. Te inicijative igraju ključnu ulogu u jačanju globalnoga ugleda Krapinsko-zagorske županije kao turističke žarišne točke kulturne baštine. Korištenje digitalnih platformi, društvenih medija i turističkih mrežnih stranica dodatno proširuje doseg i privlačnost regije za raznoliku publiku, što u konačnici privlači nove posjetitelje.

Muzej Hušnjakovo i Nalazište krapinskog pračovjeka sastavni su dio turističke djelatnosti Krapinsko-zagorske županije. Njihova važnost leži u njihovoj povijesnoj i edukativnoj vrijednosti te suvremenim načinima prezentacije i edukacije, koji uvelike doprinose promicanju turizma i očuvanju kulturne baštine. Ta mjesta imaju trajan utjecaj na lokalnu zajednicu i gospodarstvo, što ih čini ključnim čimbenicima u pokretanju rasta turizma u regiji (Horvat, 2023; Novak, 2023).

## 4. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE

U nastavku rad prikazuje se opsežno empirijsko istraživanje o utjecaju Muzeja Hušnjakovo i lokaliteta pračovjeka u Krapini na turističku industriju Krapinsko-zagorske županije. Rad je uključivao prikupljanje podataka anketama provedenima među lokalnim stanovništvom i provođenjem dubinskih intervjua s ključnim dionicima, uključujući muzejske stručnjake, turističke službenike i gradske predstavnike. Istraživanje se provodilo tijekom dva mjeseca, u svibnju i lipnju, dok su dubinski intervjui provedeni u drugoj polovici lipnja i početkom srpnja.

### 4.1. Anketno istraživanje među stanovnicima Krapinsko-zagorske županije o razvoju turizma

Anketni upitnik posebno je osmišljen kako bi se prikupila mišljenja i stajališta zajednice o važnosti lokaliteta pračovjeka u Krapini i Muzeja Hušnjakovo u odnosu na turizam na tom području. Istraživao je različite aspekte kao što su demografski podaci, prošli posjeti lokalitetu i muzeju, procjene ponuđenog sadržaja i preporuke za poboljšanje cjelokupnoga turističkog iskustva. Podaci prikupljeni istraživanjem dali su vrijedne informacije o tome kako lokalno stanovništvo doživljava kulturnu važnost tih znamenitosti.

Anketni upitnik bio je osmišljen kako bi se prikupila mišljenja i stavovi lokalnog stanovništva o važnosti Nalazišta krapinskog pračovjeka i Muzeja Hušnjakovo za turizam u regiji. Struktura ankete bila je temeljito planirana kako bi se obuhvatili različiti aspekti posjećenosti, iskustava i percepcija lokalne zajednice.

Prvi dio ankete prikupljao je osnovne demografske podatke ispitanika, uključujući spol, dobne skupine, mjesto stanovanja te trajanje boravka na području Krapinsko-zagorske županije. Ti podaci omogućili su segmentaciju odgovora i dublju analizu rezultata prema različitim demografskim kategorijama.

Drugi dio ankete fokusirao se na posjećenost Nalazišta i Muzeja. Ispitanici su odgovarali jesu li posjetili Nalazište krapinskog pračovjeka i Muzej Hušnjakovo te koliko često posjećuju te lokalitete. Taj dio pružio je uvid u stupanj angažiranosti lokalnog stanovništva s navedenim turističkim atrakcijama.

Treći dio ankete bavio se iskustvima i zadovoljstvom posjetitelja. Ispitanici su navodili što im se najviše svidjelo prilikom posjeta Nalazištu i Muzeju, ocjenjivali su kvalitetu ponuđenih sadržaja te davali svoje mišljenje o promociji tih sadržaja. Odgovori su omogućili procjenu kvalitete i privlačnosti ponuđenih sadržaja iz perspektive posjetitelja.

Četvrti dio ankete istraživao je prepreke i motivaciju za posjet. Ispitanici koji nisu posjetili lokalitete navodili su razloge za to, kao što su nedostatak vremena, nedovoljna zainteresiranost, nedostatak informacija, dug put ili visoka cijena ulaznice. Također, ispitanici su odgovarali na pitanja o tome što bi ih motiviralo da posjete Nalazište i Muzej, kao što su interes za prapovijesnim arheološkim nalazištima, želja za učenjem o evoluciji, kulturni i obrazovni interes te želja za aktivnim odmorom u prirodi.

Peti dio ankete fokusirao se na percepciju važnosti Nalazišta i Muzeja za lokalni turizam te na ocjenu trenutne promidžbe. Ispitanici su izražavali svoja mišljenja o tome smatraju li da su Nalazište i Muzej važan turistički resurs za Krapinsko-zagorsku županiju, koliko su upoznati s njihovom potencijalnom turističkom važnošću te kako ocjenjuju promociju lokalne turističke industrije.

Posljednji dio ankete pozivao je ispitanike da daju prijedloge za poboljšanje i razvoj turističke ponude. Ispitanici su mogli navesti koje bi promjene ili poboljšanja voljeli vidjeti kako bi bili zainteresiraniji za posjet, koje bi dodatne sadržaje ili aktivnosti voljeli vidjeti u vezi s Nalazištem i Muzejom, smatraju li da bi promocija trebala biti intenzivnija i zašto te kako bi se moglo unaprijediti iskustvo posjeta.

Ta struktura ankete omogućila je prikupljanje širokog spektra informacija, od demografskih podataka do specifičnih prijedloga za poboljšanje, pružajući sveobuhvatan uvid u percepciju i stavove lokalnoga stanovništva prema Nalazištu krapinskog pračovjeka i Muzeju Hušnjakovo.

#### **4.2. Dubinski intervju sa stručnim osobama iz Muzeja Hušnjakovo o doprinosu Muzeja razvoju turizma**

S ravnateljem Muzeja Hušnjakovo obavljen je detaljan i iscrpan razgovor s ciljem da se istraže različiti aspekti djelovanja Muzeja i njegov utjecaj na turizam Krapinsko-zagorske županije. Intervju je obuhvatio čitav niz relevantnih pitanja, zadubljujući se u ulogu

ravnatelja, važnost Muzeja kao turističke atrakcije, glavne atrakcije posjetitelja te po čemu se Muzej ističe u usporedbi s drugim destinacijama u regiji. Dodatno, u razgovoru se govorilo o izazovima s kojima se Muzej susreće u održavanju i promicanju, važnosti podrške zajednice, planovima za budući rast i strategijama prilagodbe turističkim trendovima u razvoju. Tijekom rasprave ravnatelj je pojasnio svoje odgovornosti, naglasio povijesnu i obrazovnu vrijednost Muzeja te pojasnio ključne značajke poput interaktivnih izložaka i edukativnih programa. Intervju je također istaknuo jedinstvene kvalitete koje razlikuju Muzej od njegovih kolega, dok se bavio preprekama poput financijskih ograničenja i logističkih prepreka. Navedene su buduće inicijative, uključujući proširenje izložbenih prostora i uključivanje inovativnih tehnologija, s naglaskom na usklađivanje s promjenjivim preferencijama posjetitelja. Takvim strukturiranim pristupom intervju je pružio cjelovit uvid u djelovanje Muzeja Hušnjakovo i njegovu ulogu u oblikovanju turizma Krapinsko-zagorske županije.

#### **4.3. Dubinski intervju s turističkom organizacijom**

S članom turističke organizacije Krapinsko-zagorske županije obavljen je opsežan intervju kako bi se dublje proniklo u to kako krapinsko prapovijesno nalazište i Muzej Hušnjakovo uključuju i prikazuju kao dio cjelokupnoga turističkog iskustva u regiji. Intervju je pažljivo planiran s deset specifičnih pitanja usmjerenih na istraživanje različitih aspekata njihovih nastojanja i pristupa.

Intervju je započeo izražavanjem zahvalnosti predstavniku turističke organizacije na sudjelovanju, ističući vrijednu stručnost i uvide koje donose u smislu razumijevanja uloge mjesta i Muzeja u poticanju rasta turizma. Početni upit bavio se time kako su lokalitet i Muzej uklopljeni u ukupnu turističku ponudu Krapinsko-zagorske županije. Nakon toga rasprava se usmjerila na ispitivanje obrazaca posjećenosti na lokaciji i utjecaja koji ima na turistički sektor u regiji.

Treća istraga bavila se raznim promotivnim i marketinškim inicijativama koje provodi turistički subjekt kako bi povećao vidljivost i pokroviteljstvo arheološkog Nalazišta i Muzeja. Četvrti upit odnosio se na primarne prepreke na koje se naišlo u promicanju te povijesne lokacije i Muzeja. Peto pitanje odnosilo se na usklađenost lokaliteta i Muzeja s krovnom strategijom razvoja turizma Županije.

Šesto istraživanje zadubilo se u strategije i nadolazeća nastojanja usmjerena na povećanje broja posjetitelja i poboljšanje njihova cjelokupnog iskustva. Sedmo pitanje zadubilo se u osjećaje i povratne informacije okolnog susjedstva prema ustanovi i Muzeju, kao i njihovu uključenost u budući razvoj. Osmo pitanje ispitalo je potencijalnu suradnju s drugim organizacijama ili putničkim agencijama kako bi se ojačao ugled i privlačnost područja.

Deveto pitanje bilo je usredotočeno na raspitivanje o očekivanom rastu broja posjetitelja i potencijalu za turizam na mjestu u nadolazećim godinama. Deseto pitanje potaknulo je ispitanika na elaboraciju ukupnog utjecaja prapovijesnog lokaliteta Krapina i Muzeja Hušnjakovo na oplemenjivanje kulturnog i turističkog krajobraza Krapinsko-zagorske županije.

Korištena sustavna metoda omogućila je temeljito ispitivanje različitih komponenti poslovanja turističke organizacije, uključujući njihove promotivne taktike, prepreke s kojima se suočavaju i strategije rasta. Ta detaljna analiza ponudila je vrijedne informacije o tome kako oni utječu na turističku industriju u tom području i što njihovi budući ciljevi podrazumijevaju.

#### **4.4. Dubinski intervju sa stručnom osobom iz grada Krapine**

S predstavnikom Grada Krapine obavljen je opsežan razgovor o uključenosti grada u očuvanje i nadzor nad kulturno-povijesnim znamenitostima, s posebnim osvrtom na prapovijesno nalazište Krapina i Muzej Hušnjakovo. Intervju, koji je bio strukturiran oko deset probnih pitanja, imao je za cilj pružiti dublje razumijevanje odgovornosti i inicijativa grada u zaštiti tih značajnih lokacija.

Intervju je započeo izrazom zahvalnosti sugovornicima na njihovu dragocjenom doprinosu, ističući važnost njihove stručnosti u sagledavanju utjecaja lokaliteta i Muzeja na turistički sektor Krapinsko-zagorske županije. Inicijalna istraga bavila se obvezama Grada Krapine u očuvanju i nadzoru kulturno-povijesnih znamenitosti, uključujući lokalitet krapinskog pračovjeka i Muzej Hušnjakovo.

Nakon toga kasnija istraga bavila se raznim inicijativama koje Grad Krapina provodi kako bi povećao vidljivost i privlačnost lokaliteta i muzeja kao popularne turističke



destinacije. Potom se treće pitanje odnosilo na prepreke s kojima se susreću u očuvanju i zaštiti tih vrijednih kulturnih znamenitosti, kao i na strategije i mjere koje grad osmišljava za učinkovito rješavanje i ublažavanje izazova.

Četvrti upit bavio se zajedničkim naporima Grada Krapine i njegovih lokalnih i regionalnih partnera, poput turističkih organizacija, kako bi se poboljšala vidljivost i marketing lokacije i Muzeja. Peto pitanje istraživalo je strategije koje Grad Krapina rabi kako bi angažirao i motivirao lokalne poduzetnike i dionike da aktivno doprinesu turističkoj ponudi povezanoj s lokacijom i Muzejom.

Šesti upit bavio se opsežnim planovima Grada Krapine za dugoročno očuvanje i unaprjeđenje kulturne baštine lokaliteta i Muzeja. Sedmi upit odnosio se na načine uključivanja stanovnika Krapine u nastojanja vezana uz očuvanje i unaprjeđenje tih povijesnih znamenitosti.

Osmo pitanje bavilo se mogućim strategijama za proširenje turističke ponude i programa povezanih s lokalitetom i muzejom. Deveto pitanje bilo je usmjereno na strategije Grada Krapine za korištenje digitalnih alata i tehnologija za povećanje angažmana posjetitelja i edukaciju o lokalitetu i Muzeju.

Zaključno, deseto pitanje odnosilo se na procjenu službenika o zajedničkom utjecaju prapovijesnog lokaliteta Krapina i Muzeja Hušnjakovo na unaprjeđenje kulturnog turizma i predstavljanje identiteta Grada Krapine. Upitom se nastojalo dublje proniknuti u ukupnu važnost i utjecaj tih povijesnih znamenitosti u oblikovanju kulturnog krajolika i privlačenju posjetitelja u grad.

Korišteni format intervjua ponudio je temeljito sagledavanje angažmana Grada Krapine u očuvanju, promicanju i unaprjeđenju krapinske prapovijesti i Muzeja Hušnjakovo. To je omogućilo dubinski uvid u njihove pristupe, ciljeve i vizije za kontinuirani rast i uspjeh tih povijesnih znamenitosti.

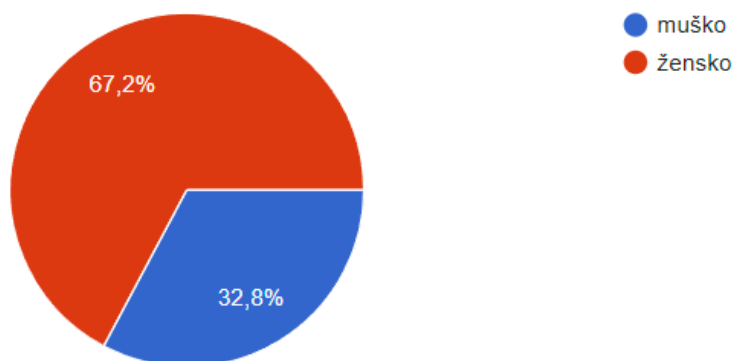
## 5. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

U ovome dijelu rada prikazuju se rezultati provedenog istraživanja. Riječ je o prikupljanju i analizi podataka iz ankete provedene među stanovnicima Krapinsko-zagorske županije te obavljenim dubinskim intervjuima sa stručnjacima iz Muzeja Hušnjakovo, lokalne turističke organizacije i Grada Krapine. Glavni cilj ovoga istraživanja bio je cjelovito sagledati utjecaj Muzeja Hušnjakovo i arheološkog Nalazišta krapinskog pračovjeka na rast i razvoj turizma na području Krapinsko-zagorske županije.

### 5.1. Analiza rezultata ankete među stanovnicima Krapinsko-zagorske županije

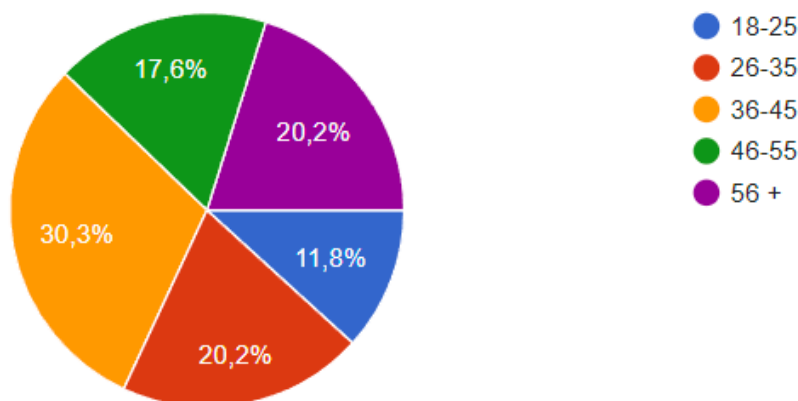
Istraživanje provedeno među građanima Krapinsko-zagorske županije rasvijetlilo je kako lokalna zajednica gleda na važnost Muzeja Hušnjakovo i prapovijesnog nalazišta Krapina u promicanju turizma u regiji. Ispitivanje nalaza ankete obuhvatilo je demografske podatke sudionika, njihovu učestalost posjeta i motivaciju za istraživanje mjesta i Muzeja, njihovu procjenu ponuđenih atrakcija i preporuke za poboljšanje turističkog iskustva. Rezultati ankete ukazali su na značajnu razinu prepoznavanja i entuzijazma za te povijesne znamenitosti, ali su također naglasili specifične izazove i prilike za poboljšanje.

U nastavku se prikazuje grafikon 2, odnosno spol ispitanika. Rezultati istraživanja pokazali su da su značajnu većinu sudionika činile žene, odnosno 67,2 % ukupnog uzorka. S druge strane, muškarci su činili preostalih 32,8 % ispitanika. Ti statistički podaci ističu prevalenciju ženskih ispitanika u anketi, ključni aspekt koji treba uzeti u obzir pri ispitivanju perspektiva i mišljenja o turističkim destinacijama poput Muzeja Hušnjakovo i povijesnog Nalazišta krapinskog pračovjeka.

**Grafikon 2. Prikaz ispitanika prema spolu**

Izvor: samostalna izrada autorice

Rezultati ankete pokazali su da je većina sudionika ženskog spola, njih 67,2 % ukupnog uzorka, dok su muškarci činili 32,8 %. Što se tiče dobne distribucije, najveći udio otpada na dobnu skupinu od 36 do 45 godina, i to 30,3 % ispitanika. Slijede dobne skupine od 26 do 35 i 56+, od kojih svaka predstavlja 20,2 % ukupnog uzorka, a dobna skupina od 46 do 55 godina čini 17,6 %. Najmanje zastupljena dobna skupina jest od 18 do 25 godina i čini 11,8 % ispitanika (grafikon 3).

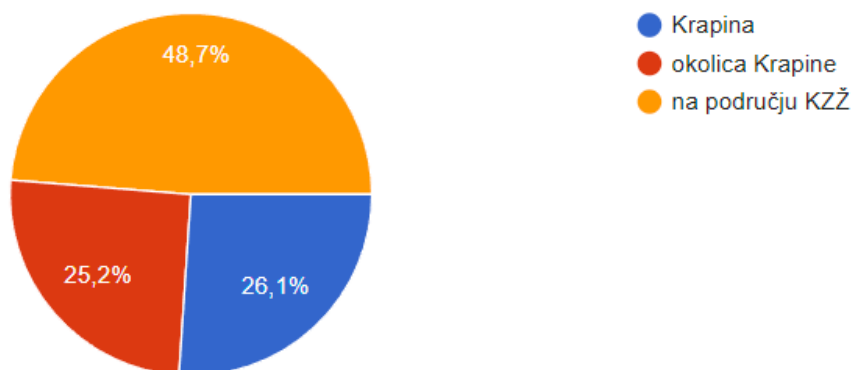
**Grafikon 3. Prikaz ispitanika prema dobi**

Izvor: samostalna izrada autorice

Grafikon 4 pokazuje da gotovo polovica ispitanika živi na područjima Krapinsko-zagorske županije koja nisu neposredno u Krapini ili njezinoj neposrednoj blizini, što čini 48,7 % ukupnog uzorka. Stanovnici same Krapine čine 26,1 % ispitanika, a oni iz okolice Međimursko veleučilište u Čakovcu

Krapine 25,2 % uzorka. Ti nalazi pružaju vrijedan uvid u zemljopisnu distribuciju sudionika istraživanja, što je ključno za dublje razumijevanje različitih perspektiva i stavova prema ključnim turističkim atrakcijama poput Muzeja Hušnjakovo i Nalazišta pračovjeka u Krapini.

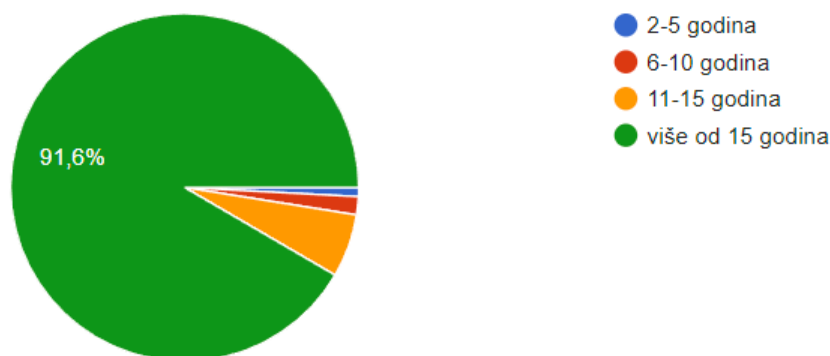
#### Grafikon 4. Prikaz mjesta stanovanja ispitanika



Izvor: samostalna izrada autorice

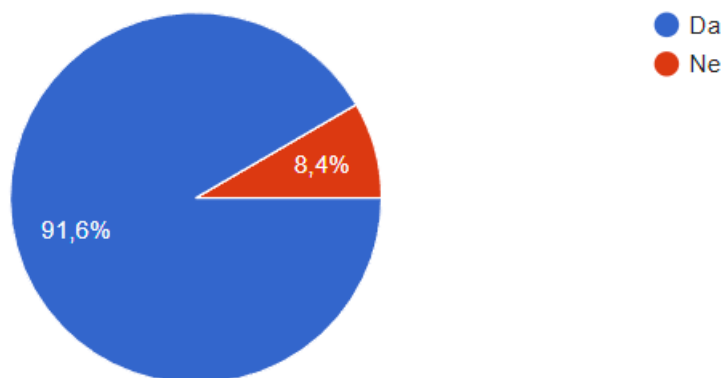
U grafikonu 5 prikazana je duljina stanovanja ispitanika na području Krapinsko-zagorske županije. Rezultati pokazuju da je uvjerljiva većina sudionika, ukupno 91,6 %, stanovnik Krapinsko-zagorske županije preko 15 godina. Manji dio ispitanika, njih 4,2 %, boravi u Županiji u rasponu od 11 do 15 godina. Nadalje, tek 1,9 % pojedinaca živi u Županiji 6 do 10 godina, dok nešto veća skupina od 2,3 % Krapinsko-zagorsku županiju naziva domom 2 do 5 godina.

Ti podaci pružaju dragocjene informacije o duljini boravka pojedinaca u Krapinsko-zagorskoj županiji, rasvjetljavajući njihove stavove i osjećaje prema različitim lokalnim turističkim znamenitostima, poput Muzeja Hušnjakovo i povijesnog Nalazišta krapinskog pračovjeka. Razumijevanje njihove dugoročne prisutnosti u tom području presudno je za razumijevanje njihove ukupne zahvalnosti i interesa za te atrakcije.

**Grafikon 5. Duljina stanovanja ispitanika na području Krapinsko-zagorske županije**

Izvor: samostalna izrada autorice

Grafikon 6 pokazuje da je većina ispitanika, ukupno 91,6 %, posjetila lokalitet i Muzej, dok manji postotak od 8,4 % to nije mogao učiniti. Ti nalazi upućuju na visoku razinu interesa i uključenosti lokalne zajednice u te kulturne znamenitosti, naglašavajući njihovu važnost u oblikovanju percepcije i stavova prema turizmu u Krapinsko-zagorskoj županiji.

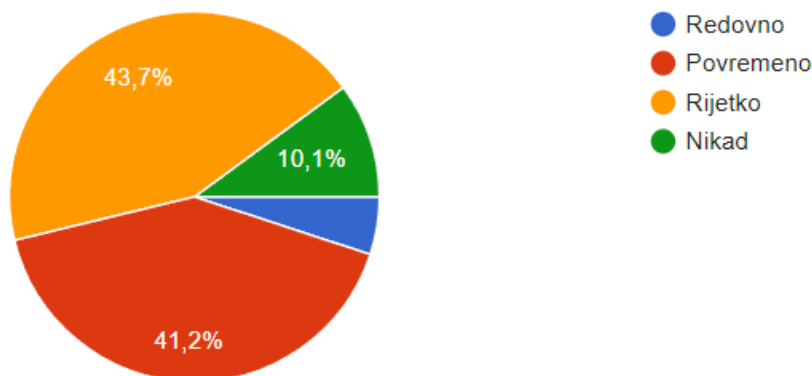
**Grafikon 6. Jeste li posjetili Nalazište krapinskog pračovjeka i Muzej Hušnjakovo?**

Izvor: samostalna izrada autorice

Na temelju rezultata ankete utvrđeno je da mali postotak ispitanika, 10,1 %, redovito posjećuje lokalitet krapinskog pračovjeka i Muzej Hušnjakovo. Veći dio, 41,2 %, posjećivao je povremeno, dok je 43,7 % posjećivalo rijetko. Samo 5,0 % ispitanika priznalo je da nikada

nije posjetilo stranicu. Prikupljeni podaci ukazuju na različite obrasce učestalosti posjeta među ispitanicima (grafikon 7).

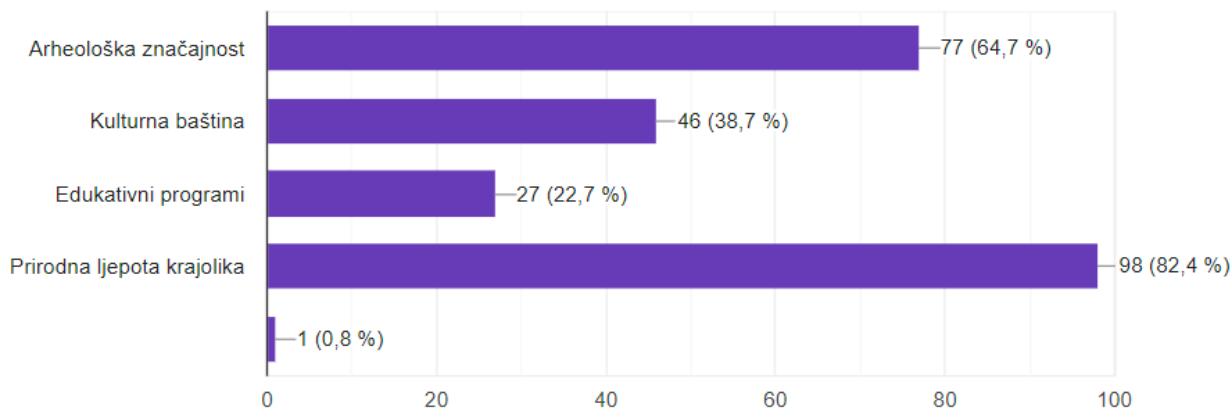
#### Grafikon 7. Koliko često posjećujete Nalazište pračovjeka i Muzej Hušnjakovo?



Izvor: samostalna izrada autorice

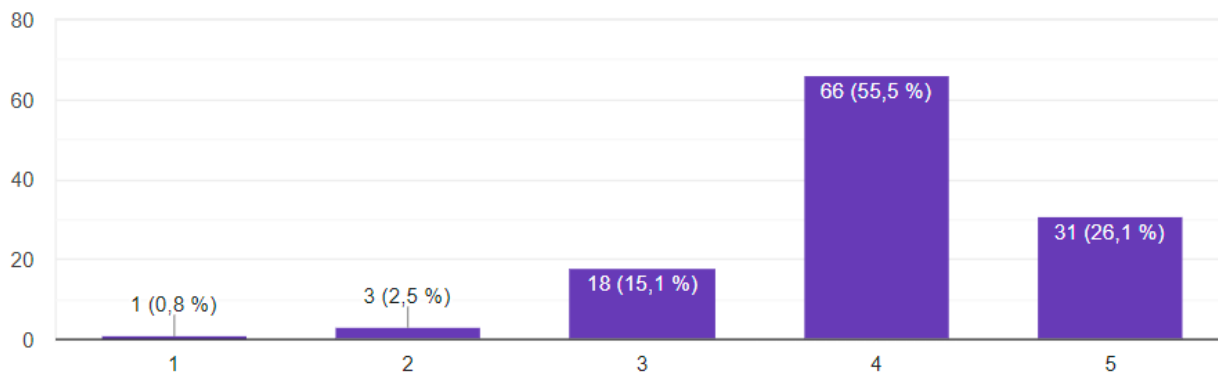
Rezultati grafikona 8 pokazali su da su sudionici imali različite preferencije prilikom posjeta Nalazištu krapinskog pračovjeka i Muzeju Hušnjakovo.

Rezultati istraživanja pokazali su da većina ispitanika, njih 64,7 %, smatra da je arheološka važnost lokaliteta velika. Dodatno, 38,7 % ispitanika izrazilo je važnost očuvanja kulturne baštine područja. Značajan dio, 22,7 %, istaknuo je važnost edukativnih programa u odnosu na mjesto. Većina ispitanika, 82,4 %, cijeni prirodnu ljepotu krajolika. Samo 0,8 % ispitanika navelo je druge razloge za važnost stranice.

**Grafikon 8. Što Vam se najviše sviđa prilikom posjeta Nalazišta krapinskog pračovjeka i Muzeja Hušnjakovo?**

Izvor: samostalna izrada autorice

Grafikon 9 pokazuje ocjenu kvalitete ponuđenih sadržaja u Muzeju Hušnjakovo. Većina, njih 55,5 % (66 ispitanika), dala je ocjenu 4. Ukupno 2,5 % (3 ispitanika) dalo je ocjenu 2. Značajan dio, koji obuhvaća 26,1 % (31 ispitanik), dao je najvišu ocjenu, 5. Samo 0,8 % (1 ispitanik) dalo je ocjenu 1. Otprilike 15,1 % (18 ispitanika) dalo je ocjenu 3.

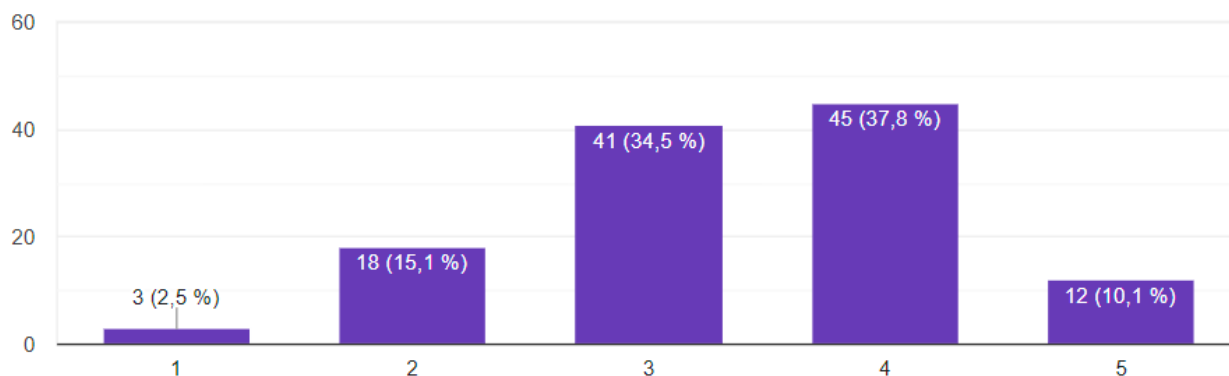
**Grafikon 9. Ocjena kvalitete ponuđenih sadržaja u Muzeju Hušnjakovo**

Izvor: samostalna izrada autorice

Prema rezultatima grafikona 10, svega 2,5 % ispitanika, odnosno 3 osobe, promociju je ocijenilo ocjenom 1. Za usporedbu, 15,1 % sudionika, odnosno 18 osoba, dalo je ocjenu 2. Većina ispitanika, njih 34,5 % ili 41 osoba, promociju je ocijenila ocjenom 3. Gotovo jednak

broj, 37,8 % ili 45 ispitanika, ocijenilo ju je ocjenom 4. Na kraju, 10,1 % sudionika, odnosno 12 osoba, promociju je ocijenilo ocjenom 5.

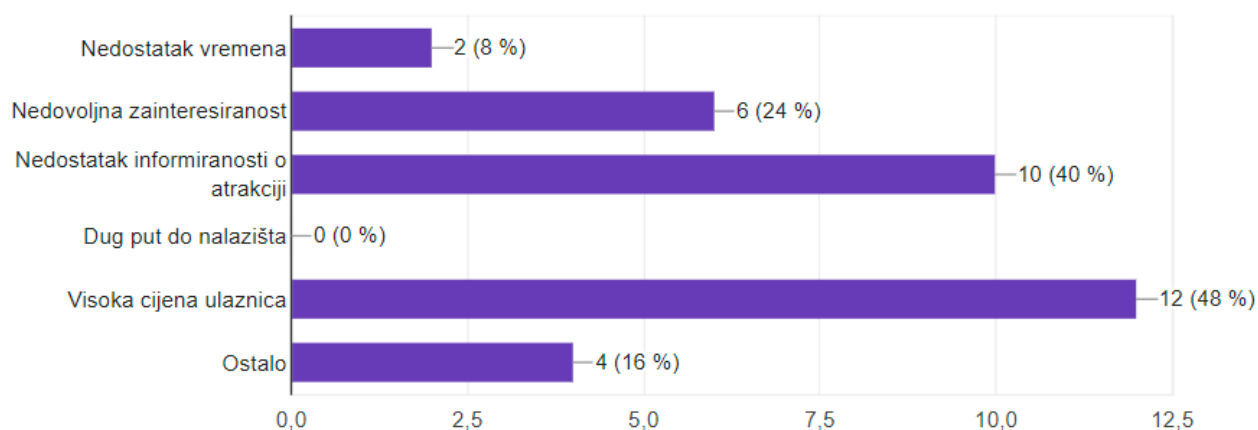
#### Grafikon 10. Ocjena promocije ponuđenih sadržaja u Muzeju Hušnjakovo



Izvor: samostalna izrada autorice

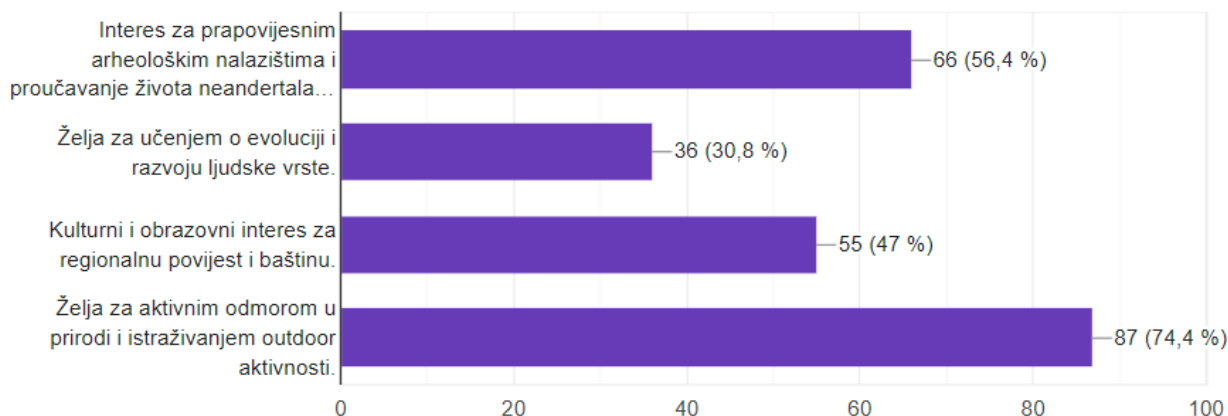
Rezultati grafikona 11 pokazuju da se dio ispitanika iz različitih razloga nije odlučio za posjet krapinskom pračovjeku i Muzeju Hušnjakovo. Osam posto ispitanika navelo je nedostatak vremena kao primarni čimbenik, dok je 24 % priznalo nedovoljan interes za atrakciju. Iznenadujuće, značajnih 40 % ispitanika tvrdi da je na njihovu odluku utjecao nedostatak informacija o stranici. Zanimljivo je da nitko od ispitanika nije naveo veliku udaljenost lokacije kao prepreku. S druge strane, čak 48 % ispitanika izjavilo je da ih visoka cijena ulaznice odbija od posjeta. Dodatno, 16 % ispitanika navelo je druge razloge neposjećivanja stranice.



**Grafikon 11. Ako niste, što Vas je spriječilo da posjetite Nalazište krapinskog pračovjeka i Muzej Hušnjakovo?**

Izvor: samostalna izrada autorice

Rezultati prikazani u grafikonu 12 pokazuju da su većinu ispitanika na Nalazište krapinskog pračovjeka i u Muzej Hušnjakovo privukli različiti razlozi. Značajan dio ispitanika izrazio je veliko zanimanje za pretpovijesna arheološka nalazišta i proučavanje neandertalaca, a 56,4 % ispitanika to je navelo kao svoju glavnu motivaciju za posjet. Dodatno, 30,8 % ispitanika kao razlog posjeta navelo je znatiželju o evoluciji i razvoju ljudske vrste. Još jedan značajan postotak, 47 %, izrazio je kulturno i obrazovno zanimanje za regionalnu povijest i baštinu koju mjesto nudi. Nadalje, većina ispitanika, njih 74,4 %, izrazila je želju za aktivnim odmorom u prirodi i bavljenjem aktivnostima na otvorenom, što ga čini popularnim izborom za one željne avanturističkog i edukativnog iskustva.

**Grafikon 12. Motivacija za posjet Nalazištu i Muzeju Hušnjakovo**

Izvor: samostalna izrada autorice

Prema grafikonu 13 vidljivo je da su svi ispitanici (100 %) prepoznali važnost Nalazišta krapinskog pračovjeka i Muzeja Hušnjakovo kao vrijednih dobara za turizam Krapinsko-zagorske županije.

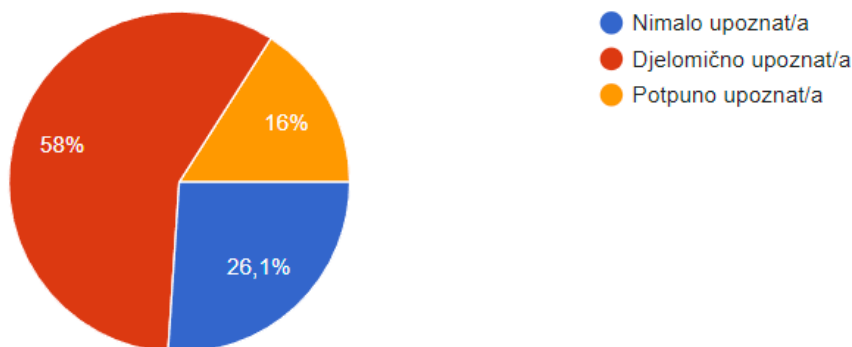
**Grafikon 13. Nalazište krapinskog pračovjeka i Muzej Hušnjakovo kao važan turistički resurs Krapinsko-zagorske županije**

Izvor: samostalna izrada autorice

Rezultati prikazani u grafikonu 14 pokazali su da postoji širok raspon razina znanja među ispitanicima o potencijalnoj turističkoj važnosti nalazišta krapinskog pračovjeka i Muzeja Hušnjakovo u Krapinsko-zagorskoj županiji. Značajan dio, oko 26,1 %, priznao je da uopće ne zna o tim atrakcijama. S druge strane, većina od 58 % izjavila je da je o njima samo

djelomično informirana. Samo manjina od 16 % tvrdi da je u potpunosti upoznata s turističkom važnošću tih mjesta.

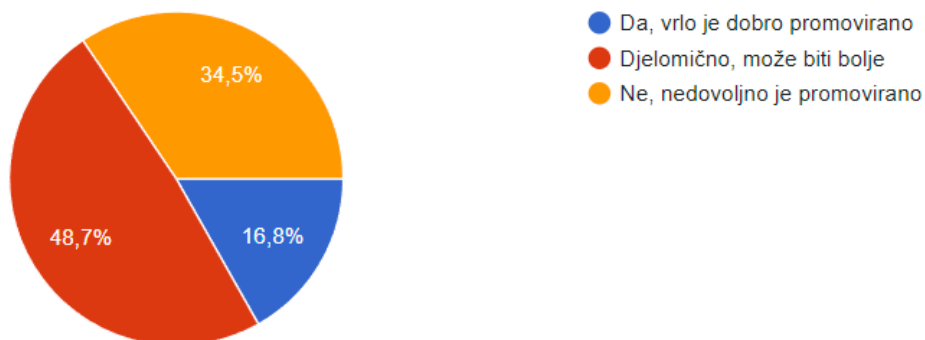
**Grafikon 14. Koliko ste upoznati s potencijalnom turističkom važnošću Nalazišta krapinskog pračovjeka i Muzeja Hušnjakovo za Krapinsko-zagorsku županiju?**



Izvor: samostalna izrada autorice

Prema rezultatima u grafikonu 15, pojedinci su imali različita mišljenja o promociji prapovijesnog nalazišta Krapina i Muzeja Hušnjakovo. Mali postotak, 16,8 %, smatra da je promocija bila izvrsna, dok veći dio, 48,7 %, smatra da ima prostora za napredak. Suprotno tome, 34,5 % ispitanika smatra da nedostaje promocija tih atrakcija.

**Grafikon 15. Dovoljna promoviranost Nalazišta krapinskog pračovjeka i Muzeja Hušnjakovo**



Izvor: samostalna izrada autorice

Na pitanje *Koje biste promjene ili poboljšanja voljeli vidjeti kako biste bili zainteresiraniji za posjet Nalazištu krapinskog pračovjeka i Muzeju Hušnjakovo?* ispitanici su iznijeli niz prijedloga za povećanje interesa za posjet lokalitetu krapinskog pračovjeka i Muzeju Hušnjakovo. Ti su prijedlozi uključivali niže cijene ulaznica, besplatni ulaz odabranim nedjeljama, proširenje niza dostupnih radionica – osobito onih vezanih uz pretpovijesne teme i izradu suvenirna. Dodatno, naglasili su važnost povećanja promotivnih napora na platformama poput Instagrama i TikToka, kao i poboljšanja vidljivosti stranice putem letaka, knjiga i drugih promotivnih materijala.

Ispitanici su naglasili važnost poboljšanja interaktivnih sadržaja i događanja tijekom cijele godine, a ne samo tijekom ljetnih mjeseci. Preporučili su provedbu tematskih tura u kojima bi se turistički vodiči odijevali u neandertalce. Nadalje, stvaranje pristupačnih staza za djecu i osobe u invalidskim kolicima istaknuto je kao ključno poboljšanje, zajedno s proširenjem ugostiteljskih sadržaja kao što su restorani, hoteli i druge povezane usluge.

Postoji nekoliko drugih prijedloga za poboljšanje iskustva za djecu, kao što je ugradnja igrališta ili ponuda animacijskih programa. Osim toga, dani su prijedlozi za osiguravanje dodatnih sadržaja izvan Muzeja, poput minigolfa, parkova ili skulptura. Nadalje, postoji želja za više edukativnih programa i vodiča, uz uključivanje slušalica za vođenje uključenih u cijenu ulaznice. Kao čest zahtjev istaknuto je i dopuštanje fotografiranja i snimanja unutar Muzeja.

Sudionici su istaknuli važnost pružanja konkretnijih informacija o Krapini i njezinoj bližoj okolini, kao i poboljšanja cjelokupnog izgleda Muzeja i vanjskih prostora. Predložili su da bi jačanje promocije na TV-u i društvenim mrežama, organiziranje natjecanja i dodjela besplatnih ulaznica te nuđenje posebnih aktivnosti i događaja za starije osobe moglo značajno povećati interes za to područje. Štoviše, preporučili su poboljšanje komunikacije putem društvenih medija i televizije kako bi se privuklo više posjetitelja.

Prijedlozi predstavljaju raznolik niz opcija za poboljšanje cjelokupnog iskustva posjetitelja i jačanje entuzijazma za posjet Muzeju i mjestu. Fokus je na poboljšanju pristupačnosti, promicanju mjesta održavanja i ponudi raznih dopunskih aktivnosti kako bi se privuklo više posjetitelja.

Nadalje, na pitanje *Koji biste dodatni sadržaj ili aktivnosti voljeli vidjeti u vezi s Nalazištem i Muzejom kako biste bili motiviraniji za posjet?* ispitanici su ponudili niz ideja za Međimursko veleučilište u Čakovcu

povećanje privlačnosti lokaliteta pračovjeka u Krapini i Muzeja Hušnjakovo. Prijedlozi su uključivali uvođenje restorana, poboljšanja u ponudi hrane i pića te stvaranje više blagovaonica. Osim toga, mnogi su pojedinci istaknuli važnost ponude šireg izbora edukativnih radionica prilagođenih različitim dobnim skupinama, kao i potrebu za sadržajima prilagođenijima djeci, poput igrališta i parkova.

Dani su prijedlozi za organiziranje predstava i performansi koji prikazuju svakodnevni život neandertalaca, kao i radionice na otvorenom na tu temu. Osim toga, postoje preporuke za poboljšanje vanjskih područja oko Muzeja, poput uvođenja sigurnijih šetnica i staza. Ostala predložena poboljšanja uključuju više interaktivnih izložaka, vodiče odjevene u neandertalsko ruho i ugradnju audio-vizualnih materijala.

Nekoliko ispitanika preporučilo je provedbu povremenih događanja, festivala i tematskih dana, uz povećanje ponude dostupnih suvenira. Dodatno, predlaže se proširenje interaktivnih radionica za odrasle i umirovljenike, kao i organiziranje vodstva. Poboljšanje promocije putem društvenih medija i televizije te dopuštanje fotografiranja unutar Muzeja druga su područja koja su identificirana za poboljšanje.

Ti prijedlozi obuhvaćaju raznoliku lepezu načina za poboljšanje cjelokupnog iskustva posjetitelja i stvaranje većeg interesa za posjet Muzeju i okolnim mjestima. Fokus je na poboljšanju pristupačnosti, povećanju promotivnih napora i ponudi raznih dodatnih aktivnosti koje zadovoljavaju različite dobne skupine i interese posjetitelja.

Iduće pitanje bilo je usmjereno na dobivanje mišljenja o intenzivnijoj promociji Nalazišta krapinskog pračovjeka i Muzeja Hušnjakovo. Ispitanici su suglasni da postoji potreba za pojačanom promocijom lokaliteta krapinskog pračovjeka i Muzeja Hušnjakovo. Ispitanici su mišljenja da Hušnjakovo ima značajnu turističku atrakciju te da treba uložiti više napora da se njegov potencijal pokaže. Napominju da trenutne promotivne aktivnosti nedostaju te da postoji neiskorišteni potencijal za maksimiziranje dobiti toga vrijednog resursa. Kako bi se potaknuo turizam i ostvario veći prihod u Krapini i Krapinsko-zagorskoj županiji, neophodno je pojačati promotivne napore. Prema mišljenju sudionika istraživanja, snažnija promotivna strategija mogla bi povećati prepoznavanje povijesne važnosti područja, privući više međunarodnih putnika i potaknuti lokalno stanovništvo da redovito posjećuje to mjesto. Jačanje promocije regije ne bi koristilo samo gospodarstvu, već bi doprinijelo i ukupnom rastu i razvoju turizma u tom području. Postoje pojedinci koji naglašavaju važnost

ažuriranja i veće aktivnosti na platformama društvenih medija, kao i veće prisutnosti u medijima. Tvrde da bi većim usredotočenjem na promicanje mjesta i Muzeja na različite načine moglo dovesti do maksimiziranja njegova potencijala i u konačnici biti od koristi ne samo turizmu već i cijeloj lokalnoj zajednici. Na kraju, iz povratnih informacija ispitanika vidljivo je da postoji snažna potražnja za sveobuhvatnijim i učinkovitije usmjerenim promidžbenim naporima koji u potpunosti iskorištavaju različite kapacitete i potencijal kako lokaliteta krapinskog pračovjeka tako i Muzeja Hušnjakovo. To ukazuje na jasan konsenzus među dionicima u pogledu potrebe za poboljšanim marketinškim strategijama kako bi se povećala vidljivost i privlačnost tih kulturnih atrakcija.

Posljednje pitanje odnosilo se na prijedloge kako bi se moglo unaprijediti iskustvo posjeta Nalazištu krapinskog pračovjeka i Muzeju Hušnjakovo. Ispitanici su iznijeli niz prijedloga za poboljšanje doživljaja posjetitelja lokaliteta pračovjeka u Krapini i Muzeja Hušnjakovo. Zajednički prijedlog bila je potreba za više sadržaja i aktivnosti, poput otvaranja restorana i poboljšanja gastronomskih mogućnosti, kako bi se posjetitelje potaknulo da produlje svoj boravak u Krapini. Također, snažan naglasak bio je na važnosti pružanja dodatne zabave i obrazovnih mogućnosti za djecu, uključujući igrališta, radionice i prostore za igru. Postoje planovi o kojima se raspravlja o restauraciji skulptura Forma prima i redizajniranju parka koji okružuje Muzej. Prijedlozi uključuju organiziranje tematskih događaja i radionica s fokusom na pretpovijesne teme, kao i stvaranje replika artefakata pronađenih na nalazištu. Dodatno, postoji poticaj za povećanu promociju i vidljivost muzejske ponude, uključujući jaču *online* prisutnost putem društvenih medija i partnerstva s utjecajnim osobama i vođama zajednice. Drugi prijedlozi za poboljšanje uključuju izgradnju javnih zahoda, otvaranje suvenirnica, dopuštanje fotografiranja unutar Muzeja i stvaranje staza pristupačnih za invalidska kolica i kolica. Dodatno, postoji prijedlog da se posjetiteljima ponudi besplatan Wi-Fi i organiziraju vođene ture koje će voditi vodiči odjeveni u neandertalce. Nadalje, povećanje raznolikosti autohtonih kulinarskih mogućnosti i poboljšanje označavanja lokacija unutar Muzeja također su uključeni u preporuke. Ukratko, ispitanici su mišljenja da bi se uvođenjem raznovrsnijih sadržaja i aktivnosti, pojačanom promocijom i informiranjem te nadogradnjom infrastrukture i ugostiteljskih usluga uvelike poboljšalo cjelokupno iskustvo posjetitelja lokaliteta krapinskog pračovjeka i Muzeja Hušnjakovo. Ti prijedlozi ističu bezbroj načina na koje se turistička ponuda može poboljšati i povećati privlačnost te značajne kulturne znamenitosti.

## 5.2. Analiza rezultata dubinskog intervjua sa stručnom osobom iz Muzeja Hušnjakovo

Opsežan intervju sa stručnom osobom iz Muzeja Hušnjakovo rasvijetlio je unutarnje funkcioniranje i prepreke s kojima se Muzej susreće. Ispitivanje rezultata intervjua obuhvatilo je raspravu o važnosti muzeja u turističkoj industriji, primarnim privlačnostima i iskustvima dostupnim gostima te posebnim preprekama u održavanju i reklamiranju ustanove. Poseban fokus bio je na strategijama za unaprjeđenje Muzeja u nadolazećim godinama, poput povećanja izložbenih prostora i provedbe novih obrazovnih inicijativa.

U nastavku se prikazuju pitanja i odgovori razgovora provedena s ravnateljem Muzeja Hrvatskoga zagorja:

1. Molimo vas da se kratko predstavite i navedete svoju ulogu na Nalazištu krapinskog pračovjeka i u Muzeju Hušnjakovo.

*Jurica Sabol, ravnatelj Muzeja Hrvatskog zagorja. Počeo sam raditi u UJ Muzej krapinskih neandertalaca prije trinaest godina, prvo kao vodič, zatim kustos pripravnik, kustos pa voditelj Muzeja. Od 2021. god. imenovan sam ravnateljem Muzeja Hrvatskog zagora. Odgovorna sam osoba za provedbu aktivnosti Oznake europske baštine za Muzej krapinskih neandertalaca i Nalazište Hušnjakovo. Član sam međunarodne mreže Ice Age Europe, ICOM- INTERCOM, Hrvatskog geološkog društva.*

2. Kako biste opisali važnost nalazišta krapinskog pračovjeka i Muzeja Hušnjakovo za turizam Krapinsko-zagorske županije?

*Nalazište pračovjeka Hušnjakovo u Krapini najbogatije je fosilno nalazište neandertalskog čovjeka na svijetu. Zbog svoje znanstvene vrijednosti prapovijesni lokalitet Hušnjakovo spada među najvažnija nalazišta svijeta. Više od tisuću pronađenih komada kamenog oruđa iz razdoblja paleolitika, odnosno starijeg kamenog doba, svjedoči o materijalnoj kulturi krapinskog pračovjeka. Starost ovog bogatog paleontološkog lokaliteta odgovara vremenu od prije 125 000 godina. U neposrednoj blizini nalazi se Muzej krapinskih neandertalaca, koji odličnom simbiozom stalnog postava i arhitekture priča malo drugačiju priču. Naime, prapovijesna tema ispričana je na suvremeni način uz pomoć moderne tehnologije.*

*Krapinski muzej već godinama spada među najposjećenije muzeje u ovom dijelu Europe.*

3. Koje su glavne atrakcije i aktivnosti koje posjetitelji mogu doživjeti prilikom posjeta Nalazištu krapinskog pračovjeka i Muzeju Hušnjakovo?

*Zasigurno je najveća atrakcija diorama neandertalaca. Stanište samo ima 17 hiperrealističnih rekonstrukcija te time čini najveću dioramu neandertalskog čovjeka na svijetu. Tu su i mnoge interaktivne instalacije koje čine obilazak ekspozicije posebnim iskustvom.*

4. Kako se Nalazište krapinskog pračovjeka i Muzej Hušnjakovo razlikuju od drugih turističkih destinacija u regiji?

*Muzej prije svega tijekom čitave godine organizira posebne programe za svoju mnogobrojnu publiku. Svakako treba istaknuti muzejsku edukaciju, rad s posjetiteljima, mnogobrojne edukativne radionice, tematske izložbe, koncerte, predstave i sl. S obzirom na to da se u kurikulumu osnovnih škola nalazi i lokalitet Hušnjakovo, upravo zbog toga mnogo škola iz cijele Hrvatske dolazi u Krapinu, gdje obavljaju terensku nastavu.*

5. Koji su najveći izazovi s kojima se suočavate u održavanju i promociji Nalazišta krapinskog pračovjeka i Muzeja Hušnjakovo?

*Što se tiče Nalazišta Hušnjakovo, prije svega tu su neriješeni imovinsko-pravni poslovi, a veliki izazov je i utjecaj promjene klime na prirodna staništa. Prirodne katastrofe, globalna kriza također utječu na poslovanje Ustanove. No integriranim pristupom u upravljanju baštinom te kreativnim idejama uvijek se može doskočiti svim problemima i potencijalnim izazovima.*

6. Kako lokalna zajednica podržava rad i razvoj Nalazišta krapinskog pračovjeka i Muzeja Hušnjakovo?

*Muzej ostvaruje tijekom čitave godine niz lijepih suradnji s lokalnom zajednicom. U naše programe uključene su osnovne i srednje škole, vrtići, različite udruge. Ostvaruje se suradnja i s TZ prilikom organizacija određenih događanja.*



7. Kako se planirate nositi s budućim trendovima u turizmu i promjenama u interesima posjetitelja?

*Prije svega, pratimo trendove u očuvanju i interpretaciji kulture baštine novim IT i AI rješenjima.*

8. Koji su vaši planovi za budući razvoj Nalazišta krapinskog pračovjeka i Muzeja Hušnjakovo?

*Izrada projektne dokumentacije za zaštitu lokaliteta, zatim zaštita odrona i pužišta na Hušnjakovu te izrada projekta uređenja samog nalazišta. Za Muzej smo izradili projektnu dokumentaciju za nadogradnju postojećeg Muzeja, tzv. posjetiteljski centar kojim bismo dobili dodatne atraktivne sadržaje.*

9. Kako vidite budućnost turizma u Krapinsko-zagorskoj županiji, s obzirom na doprinos Nalazišta krapinskog pračovjeka i Muzeja Hušnjakovo?

Ispitanik nije odgovorio.

Jurica Sabol, ravnatelj Muzeja Hrvatskog zagorja, lokalitet Hušnjakovo u Krapini ističe kao izuzetno značajnu lokaciju kako za znanstvena istraživanja tako i za turizam. On ga opisuje kao najobilnije nalazište fosila neandertalca na globalnoj razini. Sabol ističe Muzej krapinskih neandertalaca, koji se nalazi u blizini lokaliteta, kao nezaobilaznu atrakciju koja svojom neandertalskom dioramom i interaktivnim eksponatima pruža jedinstveno iskustvo, čime je stekao reputaciju jednoga od najboljih turističkih odredišta u Hrvatskoj.

Uz izlaganje raznolike izložbe, ravnateljica Muzeja ističe različite edukativne inicijative i radionice koje Muzej nudi, a koje su bile ključne u privlačenju školskih grupa iz cijele Hrvatske. Unatoč uspjesima Muzeja na tom području, ravnateljica priznaje prepreke koje predstavljaju neriješeni imovinsko-pravni problemi, kao i štetnost klimatskih promjena na okoliš. Ipak, direktorica ostaje optimistična, vjerujući da se inovativnim strategijama i cjelovitim upravljanjem s tim izazovima može učinkovito suočiti i prevladati ih.

Programi Muzeja obogaćeni su aktivnim angažmanom lokalne zajednice koja uključuje škole, vrtiće i razne udruge. Suradnja s turističkim zajednicama također igra ključnu ulogu u promociji lokaliteta. Ravnateljica ističe važnost praćenja trendova u očuvanju i

interpretaciji kulturne baštine. Budući planovi uključuju projekte zaštite i uređenja lokaliteta, kao i unaprjeđenje muzejskih sadržaja.

Dok Sabol nije dao konačan odgovor o budućnosti turizma u Krapinsko-zagorskoj županiji, izrazio je želju za daljnjim rastom i modernizacijom Muzeja Hušnjakovo i lokaliteta krapinskog pračovjeka. Naglasio je važnost prilagodbe novim tehnologijama kako bi se dugoročno zadržala njihova privlačnost i relevantnost. Sabolova vizija uključuje predanost kontinuiranom razvoju i poboljšanju kako bi se osigurala trajna važnost tih povijesnih znamenitosti.

### 5.3. Analiza rezultata dubinskog intervjua s turističkom organizacijom

Tijekom razgovora s turističkom predstavnicom (stručnom osobom) Krapinsko-zagorske županije rasprava se prvenstveno vodila oko osmišljavanja učinkovitih strategija za povećanje vidljivosti i privlačnosti Muzeja Hušnjakovo i lokaliteta pračovjeka u Krapini u širem turističkom krajoliku regije. Ispitivanje nalaza intervjua obuhvatilo je detaljnu procjenu broja posjetitelja, utjecaja Muzeja na lokalni turistički sektor, promotivne napore i nadolazeća nastojanja usmjerena na povećanje odaziva posjetitelja. Istaknute su i prepreke u promicanju Muzeja i poticanju suradnje s drugim ustanovama i turoperatorima.

U nastavku se prikazuju odgovori sa stručnom osobom iz turističke organizacije:

1. Možete li nam opisati kako se Nalazište krapinskog pračovjeka i Muzej Hušnjakovo integriraju u turističku ponudu Krapinsko-zagorske županije?

*MKN je jedan od najvećih magneta za turiste s obzirom na povijest i važnost. Kako u KZZ-u imamo vrlo bogatu kulturnu baštinu (svi muzeji pod kapom MHZ-a), Radboa, Muzej u Pregradi čine izuzetno bogatu kulturnu dimenziju iskoristivu u turističke svrhe. U Master planu razvoja turizma KZZ-a kulturni turizam je među 3 sekundarna proizvoda, uz religijski i agroturizam. A primarni, odnosno ključni turistički proizvodi su: zdravlje, spa i wellness, obiteljski odmor, poslovni turizam i događanja te aktivni, sportski i avanturistički odmor.*

2. Koliko su posjećeni Nalazište krapinskog pračovjeka i Muzej Hušnjakovo te kakav je utjecaj toga na turističku industriju u regiji?

*MKN je najposjećeniji muzej u KZZ-u te među tri najposjećenija u Hrvatskoj (prema zadnjim informacijama koje imam, preporuka koristiti podatke dobivene od g. Jurice Sabola). Tijekom 2023. imao je 143.000 posjetitelja. Interes turista izrazito je velik i posjećuje ga velik broj tranzitnih turista (kojima je Krapina odmorna stanica za prenoćiti na putu prema obali), ali i mnogi ciljano dolaze u Muzej. Također je velik interes stranih novinara, koji ga obavezno posjećuju u sklopu studijskih putovanja koje organiziramo u suradnji s HTZ-om i predstavništvima HTZ-a na našim najjačim emitivnim tržištima ( SLO/DE/POLJ/AUS/BiH/IT).*

3. Kako Turistička organizacija KZZ-a promovira i marketinški podržava Nalazište krapinskog pračovjeka i Muzej Hušnjakovo?

*Mi nismo organizacija, nego zajednica (mali ispravak iz pitanja). Kontinuirano provodimo promotivne destinacijske kampanje unutar kojih je u 90 % zastupljena i kultura, pa time i naši muzeji. Kroz već spomenute organizacije studijskih putovanja te također kroz itinerere pokrivamo i kulturnu ponudu (sukladno interesima novinara). Koristimo većinu promo kanala, ali u najvećem dijelu društvene mreže i Google, LCD panele, a radio, TV i tiskovine u manjem dijelu. Za svako emitivno tržište biramo promotivne kanale i medije sukladno interesima tih gostiju i u vremenskim periodima kada u pojedinoj zemlji imaju neke školske praznike, državne blagdane i sl.*

4. Koji su najveći izazovi s kojima se suočavate u promicanju toga arheološkog nalazišta i Muzeja?

*Koristite odgovor kolege Jurice Sabola (ravnatelj MHZ-a). Ja bih samo napomenula da otvaranje novog muzeja nije „povuklo“ daljnji razvoj dodatne ponude u smislu recimo ugostiteljskog pratećeg punkta s pripadajućom tematikom (park za najmlađe; meniji s tematskim nazivima i sl.).*

5. Kako se Nalazište krapinskog pračovjeka i Muzej Hušnjakovo uklapaju u širu strategiju razvoja turizma Krapinsko-zagorske županije?

*Pogledajte Master plan razvoja turizma KZZ-a: <https://visitzagorje.hr/dokumenti/>.*

6. Koje su planirane inicijative ili projekti za daljnje unaprjeđenje posjećenosti i iskustva posjetitelja na Nalazištu krapinskog pračovjeka i Muzeju Hušnjakovo?

*Nisam dovoljno upoznata s daljnjim planovima. Najrelevantniji je izvor Jurica Sabol.*

7. Kako lokalna zajednica reagira na prisutnost ovog arheološkog Nalazišta i Muzeja te kako se uključuje u njihov daljnji razvoj?

*Po mom viđenju, šira lokalna zajednica premalo prepoznaje prisutnost navedenog nalazišta. Aktivnosti koje se rade su isključivo od strane samog muzeja i domicilne turističke zajednice (TZG Krapine).*

8. Koje su mogućnosti za suradnju s drugim institucijama ili turističkim operatorima kako bi se proširila prepoznatljivost i privlačnost Nalazišta krapinskog pračovjeka i Muzeja Hušnjakovo?

*Znam da MKN ima više međunarodnih suradnji, gostujuće izložbe i sl. (čitam u medijima). Odgovor može dati Jurica Sabol. Kako često navodim kao relevantan izvor informacija upravo kolegu Juricu, samo da napomenem da su Muzeji Hrvatskog zagorja pod upravljanjem Ministarstva kulture. Mi imamo korektnu suradnju zahvaljujući dobrim međuljudskim odnosima, ali opet smo pod različitim upravljanjima i sigurno da postoji puno prostora za kvalitetniju i intenzivniju suradnju.*

9. Kako se nadate da će se razvijati posjećenost i turistički potencijal ovog lokaliteta u budućnosti?

*S obzirom na to da je neupitno turistički potencijal ogroman, iskreno se nadam da ćemo svi zajedno doprinijeti još jačem razvoju i kvalitetnijoj iskoristivosti svega s čime raspolažemo kao zajednica. Samo je bitno pametno upravljati i planirati daljnji razvoj te u konačnici stremiti k zacrtanim ciljevima koje je potrebno prethodno definirati i uključiti sve relevantne dionike koji mogu tome doprinijeti.*

10. Kako biste opisali ukupan doprinos Nalazišta krapinskog pračovjeka i Muzeja Hušnjakovo u obogaćivanju kulturne i turističke ponude Krapinsko-zagorske županije?

*Ogroman doprinos navedenog je neupitan. Potrebno je samo „pametno“ upravljati. Nastavak ovog odgovora je odgovor na pitanje br. 9.*

Stručna osoba Turističke zajednice Krapinsko-zagorske županije ističe važnost Muzeja krapinskih neandertalaca (MKN) kao ključne atrakcije za turiste u regiji, navodeći njegovu povijesnu i znanstvenu vrijednost. Muzej je neprimjetno uklopljen u širu ponudu kulturne baštine Županije, u skladu s Master planom razvoja turizma Područnog vijeća Republike Hrvatske koji naglasak stavlja na kulturni turizam. MKN se ističe kao vrhunski muzej u Županiji i visoko je rangiran među najposjećenijim muzejima u Hrvatskoj, privlačeći širok raspon posjetitelja, uključujući domaće i strane turiste, kao i privlačeći pozornost stranih novinara na edukativnim putovanjima.

Turistička zajednica dosljedno provodi marketinške kampanje koje su usmjerene na promicanje kulture i muzeja, koristeći se nizom promotivnih platformi, uključujući društvene medije, Google, LCD ploče, a ponekad i tradicionalne medije poput radija, televizije i tiska. Međutim, stalna prepreka jest potreba da prošire svoju ponudu kako bi uključili tematske restorane.

Stručna suradnica istaknula je da lokalna zajednica ne uvažava u potpunosti važnost lokaliteta, a većinu aktivnosti organiziraju isključivo Muzej i lokalna turistička zajednica. Vjeruju da postoji ogromna prilika za poboljšanje suradnje s drugim organizacijama i turističkim ponuđačima unatoč priznanju da trenutna međunarodna partnerstva i gostovanje gostujućih izložbi predstavljaju značajan napredak.

S obzirom na goleme mogućnosti za turizam, stručna suradnica ima želju vidjeti kontinuirani rast i bolje korištenje resursa strateškim upravljanjem i planiranjem. Značajan utjecaj koji lokaliteti i muzeji imaju na poboljšanje kulturnog i turističkog iskustva u Županiji ne može se precijeniti, naglašavajući važnost angažiranja svih ključnih igrača za uspješno postizanje ciljeva.

#### **5.4. Analiza rezultata dubinskog intervjua sa stručnom osobom iz grada Krapine**

Intervju s predstavnikom Grada Krapine pružio je cjeloviti uvid u odgovornosti grada u očuvanju i nadzoru kulturno-povijesnih znamenitosti. Ispitivanje nalaza intervjua zadubilo se u konkretne inicijative koje je poduzeo grad kako bi predstavio lokalitet i Muzej, taktike za rješavanje poteškoća u održavanju i zaštiti te partnerstva sa susjednim zajednicama. Dodatno,

istraženi su planovi za dugoročnu zaštitu kulturne baštine i uključivanje stanovnika u nastojanja da se to područje očuva i istakne.

U nastavku se prikazuju pitanja i odgovori predstavnice Grada Krapine, odnosno više stručne suradnice za informiranje, protokol i međunarodnu suradnju:

1. Kako biste opisali ulogu Grada Krapine u održavanju i upravljanju kulturnim i povijesnim spomenicima, poput Nalazišta krapinskog pračovjeka i Muzeja Hušnjakovo?

*Grad Krapina ne upravlja direktno kulturno-povijesnim spomenicima, npr. Starim gradom i Muzejom dr. Ljudevita Gaja upravlja Pučko otvoreno učilište Krapina (POU), ali POU je proračunski korisnik Grada tako da je Grad uključen u upravljanje. A što se tiče Muzeja krapinskih neandertalaca, on je pod upravljanjem Muzeja Hrvatskog zagorja.*

2. Koje konkretne aktivnosti poduzima Grad Krapina kako bi promovirao Nalazište krapinskog pračovjeka i Muzej Hušnjakovo kao turističku atrakciju?

*Na tiskanim promotivnim materijalima o znamenitostima o Krapini redovito objavljujemo informacije o Muzeju, kao i na službenoj gradskoj mrežnoj stranici i na Facebook profilu. Izvrsno surađujemo s MKN-om na brojnim gradskim manifestacijama (Tjedan kajkavske kulture i Festival kajkavskih popevki, Noć krapinskog pračovjeka, Advent u Krapini...).*

3. Kako se Grad Krapina planira nositi s izazovima održavanja i zaštite Nalazišta krapinskog pračovjeka i Muzeja Hušnjakovo?

*Grad Krapina uvijek će pružati potporu programima i idejama Muzeja krapinskih neandertalaca, ali on je pod ingerencijom Muzeja Hrvatskog zagorja.*

4. Kako Grad Krapina surađuje s lokalnim i regionalnim partnerima, uključujući turističke organizacije, kako bi poboljšao posjećenost i promociju Nalazišta krapinskog pračovjeka i Muzeja Hušnjakovo?

*Grad Krapina kroz suradnju s brojnim lokalnim i regionalnim partnerima uvijek s ponosom ističe ono po čemu smo najpoznatiji u svjetskim razmjerima – Muzej krapinskih neandertalaca. Čak na internacionalnoj razini – brojne strane delegacije*

*koje su posjetile Grad informirane su o važnosti Nalazišta i Muzeja, pa je tako uspostavljena i internacionalna mreža koja promovira naš Muzej.*

5. Kako Grad Krapina potiče lokalne poduzetnike i dionike da sudjeluju u turističkoj ponudi vezanoj uz Nalazište krapinskog pračovjeka i Muzej Hušnjakovo?

*Kroz brojna turistička događanja u tijeku godine.*

6. Koje su dugoročne strategije Grada Krapine za očuvanje i unaprjeđenje kulturnog nasljeđa Nalazišta krapinskog pračovjeka i Muzeja Hušnjakovo?

*Dugoročne strategije tiču se izgradnje nove zgrade Kneippovog lječilišta, kao i dodatnih turističkih sadržaja – minigolf i sl.*

7. Kako se građani Krapine uključuju u aktivnosti vezane uz očuvanje i promociju Nalazišta krapinskog pračovjeka i Muzeja Hušnjakovo?

*Što se tiče tog segmenta, najbolje bi bilo pitati sam Muzej krapinskih neandertalaca jer oni često organiziraju razne radionice, izložbe i ostala kulturna događanja koja rado posjećuju građani Krapine.*

8. Koje su mogućnosti za razvoj dodatnih turističkih sadržaja ili programa povezanih s Nalazištem krapinskog pračovjeka i Muzejom Hušnjakovo?

*Postoje mogućnosti za razvoj dodatnih turističkih sadržaja ili programa povezanih s Muzejom krapinskih neandertalaca – planirana je izgradnja nove zgrade Kneippovog lječilišta koja bi spajala kulturno naslijeđe i modernu izvedbu. Trenutačno se traže pogodni natječaji na koje bi se taj projekt prijavio s obzirom na to da Grad to nije u mogućnosti samostalno financirati.*

9. Kako Grad Krapina planira koristiti digitalne alate i tehnologije za promociju i edukaciju posjetitelja o Nalazištu krapinskog pračovjeka i Muzeju Hušnjakovo?

*Grad Krapina planira kroz nadolazeće godine osmisliti kako bi se mogli digitalni alati i tehnologije uklopiti u promociju i edukaciju posjetitelja. U svakom slučaju, u planu je neki vid tzv. digitalnog kioska sa svim potrebnim informacijama o Krapini i Muzeju krapinskih neandertalaca.*

10. Kako ocjenjujete ukupan doprinos Nalazišta krapinskog pračovjeka i Muzeja Hušnjakovo u promicanju kulturnog turizma i identiteta Grada Krapine?

*Grad Krapina neodvojivo je povezan s Muzejom krapinskih neandertalaca, on je dio kulturnog identiteta Krapina, ono po čemu je Krapina najpoznatija, čak i u svjetskim okvirima. Grad Krapina izvrsno surađuje s Muzejom, a ta će se suradnja zasigurno nastaviti.*

Viša stručna suradnica za informiranje, protokol i međunarodnu suradnju Grada Krapine pojašnjava da Grad nije izravno nadležan za upravljanje kulturno-povijesnim spomenicima. No uključeni su u potporu organizacijama koje nadziru te stranice, poput Pučkog otvorenog učilišta Krapina. Muzej krapinskih neandertalaca djeluje pod upravom Muzeja Hrvatskog zagorja. Grad aktivno promovira te atrakcije na različite načine, uključujući tiskane materijale, službene mrežne stranice i platforme društvenih medija. Nadalje, s Muzejom surađuju na raznim gradskim manifestacijama, poput Tjedna kajkavske kulture i Festivala kajkavskih popevki.

Grad Krapina u potpunosti stoji iza inicijativa i koncepata Muzeja krapinskih neandertalaca te je posvećen suradnji s lokalnim i regionalnim saveznicima kako bi se povećala posjećenost i vidljivost lokaliteta. Organiziranjem raznih događanja usmjerenih na turiste grad ima za cilj uključiti lokalne poduzetnike i zainteresirane strane u jačanje turističkog iskustva. Dugoročno, grad nastoji razviti novu infrastrukturu kao što su Kneipp toplice i drugi turistički sadržaji kako bi dodatno privukli posjetitelje u to područje.

Krapinčani se s oduševljenjem uključuju u radionice, izložbe i kulturne aktivnosti Muzeja krapinskih neandertalaca. Grad je trenutno u procesu traženja sredstava za proširenje turističkih sadržaja, s fokusom na korištenje digitalnih alata i tehnologija za poboljšanje iskustava posjetitelja i pružanje obrazovnih resursa. U planu je i postavljanje digitalnih kioska u gradu i Muzeju koji će nuditi informacije o Krapini i njezinoj bogatoj povijesti.

Kombinirani utjecaj Nalazišta krapinskog pračovjeka i Muzeja Hušnjakovo na promicanje kulturnog turizma i identiteta Grada Krapine smatra se ključnim i vrlo utjecajnim, uzdižući ugled Krapine u svjetskim razmjerima. Grad je predan daljnjoj suradnji s Muzejom kako bi unaprijedio svoje kulturne i turističke atrakcije.



### **5.5. Rasprava o utjecaju Muzeja Hušnjakovo i Nalazišta krapinskog pračovjeka na turizam u Krapinsko-zagorskoj županiji**

Rezultati istraživanja iz ankete i intervjua jasno pokazuju značajan utjecaj Muzeja Hušnjakovo i lokaliteta pračovjeka u Krapini na turizam Krapinsko-zagorske županije. Studija naglašava kako ta kulturna mjesta igraju ključnu ulogu u povećanju broja posjetitelja, poboljšanju turističkih sadržaja i promicanju regije kao poželjne destinacije. Rezultati ankete pokazuju da velik dio ispitanika redovito ili povremeno posjećuje Muzej i prapovijesno nalazište, što naglašava njihovu popularnost među lokalnim stanovništvom. Istraživanje također otkriva da su zapanjujući prirodni krajolik i arheološka važnost ključni čimbenici koji privlače posjetitelje. Ti rezultati naglašavaju ključnu ulogu koju ta mjesta imaju u privlačenju turista, čime potiču lokalno gospodarstvo povećanjem posjeta, noćenja i potrošnje na tom području.

Rezultati ankete pokazali su da su posjetitelji vrlo zadovoljni muzejskim sadržajem, no postoji očita prilika za unaprjeđenje u promidžbi. Sudionici su izrazili želju za snažnijim promotivnim naporima, posebice putem društvenih medija i drugih modernih marketinških platformi, kako bi se privukla veća publika i podigla svijest o važnosti Muzeja. U daljnjim razgovorima s dužnosnicima Muzeja i Turističke zajednice istaknuta je potreba za boljom integracijom Muzeja u ukupnu turističku ponudu Županije.

Ispitanici su dali razne prijedloge za poboljšanje cjelokupnog iskustva posjetitelja. Neka od najčešće preporučenih poboljšanja uključuju smanjenje troškova ulaznica, implementaciju besplatnog ulaza odabranim danima i proširenje edukativnih radionica i interaktivnih prikaza. Osim toga, bilo je poziva na poboljšane mogućnosti prehrane, poput dodavanja restorana i kafića, kao i više sadržaja za djecu, poput igrališta i zelenih površina. Ti prijedlozi naglašavaju važnost holističkog pristupa poboljšanju turističkog iskustva kako bi se bolje zadovoljile želje i sklonosti posjetitelja.

Opsežni intervjui vođeni s predstavnicima Muzeja i članovima Turističke zajednice naglašavaju važnost suradnje s lokalnom zajednicom i globalnim partnerima u promicanju i očuvanju tih povijesnih lokaliteta. Suradnja s lokalnim poduzećima, održavanje događanja i izložbi te partnerstvo s međunarodnim organizacijama i turoperatorima ključne su strategije koje mogu povećati vidljivost i privlačnost Muzeja Hušnjakovo i lokaliteta pračovjeka u Krapini.

Muzej Hušnjakovo i Nalazište krapinskog pračovjeka bitne su sastavnice u razvoju turizma u Krapinsko-zagorskoj županiji. Nalazi istraživanja i detaljni intervjui naglašavaju njihovu važnost u privlačenju turista, predstavljanju kulturne baštine i jačanju lokalnog gospodarstva. Iako te atrakcije imaju svoje zasluge, još uvijek postoji dovoljno mogućnosti za poboljšanje u područjima kao što su marketing, gastronomske mogućnosti i ponuda raznovrsnijih iskustava kako bi se dodatno podigla njihova privlačnost i povećao njihov utjecaj.

## 6. DISKUSIJA

Nalazi ankete i dubinskih intervjuja jasno pokazuju da Muzej Hušnjakovo i lokalitet pračovjeka u Krapini imaju ključnu ulogu u razvoju turizma u Krapinsko-zagorskoj županiji. Te kulturne znamenitosti ne samo da privlače više posjetitelja već također pomažu poboljšati turističku infrastrukturu i promoviraju regiju kao privlačno odredište. Većina ispitanika, preko 91 %, posjetila je te atrakcije, a mnogi se vraćaju redovito ili povremeno, naglašavajući njihovu popularnost u lokalnoj zajednici. Zadivljujući krajolik i arheološka važnost naširoko su prepoznati kao glavni razlozi posjeta, ističući njihovu važnost u privlačenju turista i jačanju lokalnoga gospodarstva povećanjem posjeta, noćenja i troškova u tom području.

Analiza rezultata ankete pokazuje da su posjetitelji vrlo zadovoljni kvalitetom muzejskog sadržaja, pri čemu većina ispitanika daje pozitivne ocjene. Ipak, postoji jasna naznaka da ima prostora za napredak u području promocije, jer gotovo polovica ispitanika smatra da bi promocija mogla biti bolja, a više od trećine smatra da nedostaje. Ti nalazi naglašavaju potrebu za snažnijim strategijama promocije, osobito putem modernih marketinških platformi poput društvenih medija. Razgovori s muzejskim i turističkim dužnosnicima dodatno naglašavaju važnost povećanja vidljivosti Muzeja u širem turističkom krajoliku regije i njegovanja partnerstva s međunarodnim subjektima.

Ispitanici su dali nekoliko prijedloga za poboljšanje iskustva posjetitelja. Neke od promjena koje se najčešće preporučuju uključuju snižavanje cijena ulaznica, uvođenje besplatnih dana te proširenje edukativnih radionica i interaktivnih aktivnosti. Osim toga, postojao je poziv za poboljšane opcije prehrane, uključujući dodavanje restorana i kafića, kao i više sadržaja za djecu, poput igrališta i parkova. Te preporuke naglašavaju važnost holističkog pristupa poboljšanju cjelokupnog turističkog iskustva kako bi se bolje zadovoljile želje i zahtjevi posjetitelja.

Opsežni razgovori s ravnateljem i predstavnicom Turističke zajednice naglašavaju važnost suradnje s lokalnom zajednicom i globalnim partnerima za učinkovito reklamiranje i održavanje tih povijesnih lokacija. Uključivanjem lokalnih poduzetnika, organiziranjem raznih događanja, partnerstvom s međunarodnim organizacijama i turističkim agencijama Muzej Hušnjakovo i Nalazište pračovjeka u Krapini mogu privući veću pozornost i više posjetitelja. To partnerstvo ima potencijal ne samo povećati broj turista već i osigurati dugoročno očuvanje kulturnoga blaga i pridonijeti rastu lokalnoga gospodarstva.

Muzej Hušnjakovo i Nalazište krapinskog pračovjeka bitne su sastavnice razvoja turizma u Krapinsko-zagorskoj županiji. Ankete i intervjui pokazuju da su oni ključni u privlačenju posjetitelja, predstavljanju kulturne baštine i jačanju lokalnoga gospodarstva. Iako postoji mnogo pozitivnih strana, još uvijek ima prostora za poboljšanje u promicanju, pružanju usluga i dodavanju novih atrakcija kako bi se povećala privlačnost tih lokacija i maksimizirao njihov potencijal. Povećanjem promidžbenih napora, jačanjem veza s lokalnom zajednicom i međunarodnim partnerima te uvođenjem novih iskustava Muzej Hušnjakovo i Nalazište pračovjeka u Krapini imaju potencijal postati još značajniji igrači u turističkom krajoliku Krapinsko-zagorske županije.

## 7. ZAKLJUČAK

Turizam igra ključnu ulogu u oblikovanju identiteta destinacija na globalnoj razini. Raznoliko i zadivljujuće turističko iskustvo, zajedno s učinkovitim upravljanjem destinacijom, ključno je za privlačenje posjetitelja i poticanje gospodarskog prosperiteta. Smješten u prekrasnoj krapinsko-zagorskoj regiji, grad Krapina poznat je po svojoj bogatoj povijesti, posebice po nalazištu krapinskog pračovjeka i Muzeju krapinskih neandertalaca. Ta arheološka otkrića imaju i znanstvenu važnost i služe kao glavna turistička atrakcija koja privlači putnike iz raznih krajeva svijeta.

Cilj ovoga istraživanja bio je ispitati utjecaj Nalazišta krapinskog pračovjeka i Muzeja Hušnjakovo na razvoj turizma u Krapinsko-zagorskoj županiji. Glavno pitanje bilo je utvrditi na koji način ta bogata kulturno-povijesna baština utječe na privlačnost regije među turistima te doprinosi li svojom prisutnošću ukupnom turističkom razvoju Županije. Cilj istraživanja bio je dobiti uvid u trenutnu posjećenost Krapinsko-zagorske županije te istaknuti važnost Muzeja krapinskih neandertalaca i Nalazišta pračovjeka u Krapini u unaprjeđenju turističke ponude regije.

Rad se bavi s nekoliko istraživačkih pitanja koja se odnose na turistički krajolik Krapinsko-zagorske županije. Ta pitanja uključuju evoluciju turističke posjećenosti regije tijekom određenoga vremena, važnost Muzeja krapinskih neandertalaca i Nalazišta krapinskih praljudi u ukupnoj turističkoj ponudi Županije, kao i utjecaj tih atrakcija na ukupni razvoj turizma Krapinsko-zagorske županije. Iznese hipoteze upućuju na to da Muzej krapinskih neandertalaca i Nalazište pračovjeka u Krapini imaju ključnu ulogu u privlačenju posjetitelja u Županiju te da je razvoj turizma u regiji povezan s prisutnošću i djelovanjem takvih muzeja i povijesnih muzeja.

Nalazi istraživanja pokazali su da su Muzej Hušnjakovo i Nalazište pračovjeka u Krapini značajne atrakcije koje privlače posjetitelje u Županiju, što ide u prilog početnoj hipotezi H1, pa se time potvrđuje postavljena hipoteza. Sudionici ankete izrazili su visoku razinu zadovoljstva ponudom muzeja, a intervjui s turističkim stručnjacima naglasili su ključnu ulogu koju te lokacije imaju u pokretanju razvoja turizma na tom području. Unatoč tome, istraživanje je također istaknulo potrebu za pojačanim promotivnim naporima i dodatnim značajkama kako bi se povećala privlačnost tih stranica, dodatno potvrđujući hipotezu H2.

Metodologija istraživanja koristila je mješavinu kvantitativnih i kvalitativnih pristupa kako bi se ponudilo temeljito razumijevanje predmeta. Proučavanjem podataka o posjećenosti turista, razgovorima sa stručnjacima iz gospodarstva te pregledom relevantne literature napravljena je sveobuhvatna procjena utjecaja lokaliteta pračovjeka u Krapini i Muzeja Hušnjakovo na turističku privredu Krapinsko-zagorske županije. Nalazi iz ove studije mogu se koristiti kao temelj za poboljšanje turističke ponude regije i jačanje njezine privlačnosti kao tražene destinacije za putnike.

**POPIS LITERATURE**

1. Anić, V. & Goldstein, I. (1999). *Rječnik stranih riječi*. Novi Liber.
2. Čavlek, N., Matečić, I. & Ferjanić Hodak, D. (2010). POKRETAČI INOVACIJA U TURIZMU: NEKI TEORETSKI I PRAKTIČNI ASPEKTI. *Acta turistica*, 22(2), 201-220.
3. Conrady, R. & Buck, M. (2010). *Trends and Issues in Global Tourism 2010*. Springer.
4. Dujmović, M. (2014). *Kreativni turizam*. Sveučilište u Zadru.
5. Geić, S. (2011). *Posebni oblici turizma*. Sveučilište u Splitu.
6. Horvat, J. (2023). *Utjecaj Muzeja Hušnjakovo na razvoj turizma u Krapinsko-zagorskoj županiji*. Krapina: Muzej krapinskih neandertalaca.
7. Hrvatska enciklopedija (2024). *Turistička ponuda*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža. Preuzeto s <http://www.enciklopedija.hr>.
8. ING-GRAD (2024). *Muzej krapinskih neandertalaca Krapina*. Preuzeto s <https://www.ing-grad.hr/hr/sto-radimo/turisticke-gradevine-i-gradevine-javne-namjene/muzeji/muzej-krapinskih-neandertalaca-krapina>.
9. Jelinčić, D. A. (2008). *Abeceda kulturnog turizma*. Meandar.
10. Križman Pavlović, D. (2008). *Upravljanje turističkom destinacijom*. Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija.
11. Magaš, D. (1997). *Turistička destinacija*. Sveučilište u Rijeci, Fakultet za turistički i hotelski menadžment.
12. Meler, M. (1998). *Marketing turističke destinacije*. Ekonomski fakultet u Osijeku.
13. Muzej krapinskih neandertalaca (2023). *Programi i aktivnosti Muzeja krapinskih neandertalaca*. Krapina: Muzej krapinskih neandertalaca.
14. Muzej krapinskih neandertalaca (2024). *Muzej i nalazište krapinskog pračovjeka*. Preuzeto s <https://mkn.mhz.hr/hr/o-muzeju/nalaziste/>.
15. Novak, M. (2023). *Promocija kulturne baštine kao faktor razvoja turizma*. Zagreb: Institut za turizam.
16. Pechlaner, H. (1999). Competence Management and Co-Operation in the Development of Alpine Tourism. *Tourism Management*, 20(1), 1-7.
17. Smith, M. K. (2009). *Issues in Cultural Tourism Studies*. Routledge.
18. Turistička zajednica Krapinsko-zagorske županije (2023). *Predstavljeni turistički rezultati na području Krapinsko-zagorske županije u 2022. godini*. Preuzeto 3.

kolovoza 2024. s <https://visitzagorje.hr/novosti/predstavljeni-turisticki-rezultati-na-podrucju-krapinsko-zagorske-zupanije-u-2022-godini>.

19. United Nations World Tourism Organization (UNWTO) (2023). *Turizam*. Preuzeto s <https://www.unwto.org>.



**POPIS SLIKA**

Slika 1. Obilježja turističke ponude.....	7
Slika 2. Prikaz dijelova Muzeja.....	16
Slika 3. Prikaz Dragutina Gorjanovića-Krambergera na Nalazištu Hušnjakovo .....	17

**POPIS GRAFIKONA**

Grafikon 1. Prikaz turističke posjećenosti Krapinsko-zagorske županije u vremenskom razdoblju od 2018. do 2023. godine .....	20
Grafikon 2. Prikaz ispitanika prema spolu .....	32
Grafikon 3. Prikaz ispitanika prema dobi.....	32
Grafikon 4. Prikaz mjesta stanovanja ispitanika .....	33
Grafikon 5. Duljina stanovanja ispitanika na području Krapinsko-zagorske županije .....	34
Grafikon 6. Jeste li posjetili Nalazište krapinskog pračovjeka i Muzej Hušnjakovo? .....	34
Grafikon 7. Koliko često posjećujete Nalazište pračovjeka i Muzej Hušnjakovo?.....	35
Grafikon 8. Što Vam se najviše sviđa prilikom posjeta Nalazišta krapinskog pračovjeka i Muzeja Hušnjakovo? .....	36
Grafikon 9. Ocjena kvalitete ponuđenih sadržaja u Muzeju Hušnjakovo .....	36
Grafikon 10. Ocjena promocije ponuđenih sadržaja u Muzeju Hušnjakovo .....	37
Grafikon 11. Ako niste, što Vas je spriječilo da posjetite Nalazište krapinskog pračovjeka i Muzej Hušnjakovo? .....	38
Grafikon 12. Motivacija za posjet Nalazištu i Muzeju Hušnjakovo.....	39
Grafikon 13. Nalazište krapinskog pračovjeka i Muzej Hušnjakovo kao važan turistički resurs Krapinsko-zagorske županije .....	39
Grafikon 14. Koliko ste upoznati s potencijalnom turističkom važnošću Nalazišta krapinskog pračovjeka i Muzeja Hušnjakovo za Krapinsko-zagorsku županiju?.....	40
Grafikon 15. Dovoljna promoviranost Nalazišta krapinskog pračovjeka i Muzeja Hušnjakovo .....	40