

Kulturno-povijesna baština Turske i njezini turistički resursi

Sirovec, Monika

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:110:208592>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-24**



Repository / Repozitorij:

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



MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU
PREDDIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ MENADŽMENTA TURIZMA I
SPORTA

MONIKA SIROVEC

**KULTURNO-POVIJESNA BAŠTINA TURSKE I NJEZINI TURISTIČKI
RESURSI**

ZAVRŠNI RAD

Čakovec, 2022.

MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU
PREDDIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ MENADŽMENTA TURIZMA I
SPORTA

MONIKA SIROVEC

**KULTURNO-POVIJESNA BAŠTINA TURSKE I NJEZINI TURISTIČKI
RESURSI**
**CULTURAL AND HISTORICAL HERITAGE OF TURKEY AND ITS
TOURIST RESOURCES**

ZAVRŠNI RAD

Mentor:

mr.sc. Ivan Hegeduš, v. pred.

Čakovec, 2022.

ZAHVALA

Ovim putem željela bih se zahvaliti mentoru, mr.sc. Ivanu Hegedušu, v. pred., na prihvaćenom mentorstvu, na danim savjetima i smjernicama te suradnji prilikom pisanja završnoga rada.

Nadalje, ovim putem se zahvaljujem Međimurskom Veleučilištu u Čakovcu te svim profesorima koji su mi prenijeli sva znanja i vještine korisne za moj poslovni i privatni život.

Posebno se zahvaljujem svojoj obitelji i prijateljima koji su mi bili velika podrška i oslonac tijekom cijeloga školovanja.

SAŽETAK

Turizam se danas smatra jednom od najrazvijenijih i brzo rastućih gospodarskih grana na svijetu. Svakim danom otkrivaju se nove turističke atrakcije i destinacije koje privlače turiste. Države nastoje poboljšati svoju turističku sliku kao i povećati broj turista i samu zaradu od turizma. Također, naglasci se stavljaju i na očuvanje destinacija i turističkih lokaliteta. Vrlo je važno zaštititi pojedine turističke atrakcije od prevelike posjećenosti kako bi bile očuvane i za buduće naraštaje. Također, izrazito je važna i briga o očuvanju prirode prilikom boravka u destinacijama.

U ovom se radu govori o Turskoj kao jednoj od vodećih turističkih država po broju posjetitelja godišnje te o njezinoj kulturno-povijesnoj baštini koja se najviše posjećuje. Najprije se govori o položaju Turske na geografskoj karti svijeta, zatim o njezinim značajkama i turističkim regijama. Nakon toga se proučavaju najposjećeniji turistički resursi prema internetskim stranicama na kojima se gledao broj posjetitelja određenog turističkog resursa. Prema broju posjetitelja, najposjećeniji turistički resursi su Aya Sofya, grad Istanbul, Pamukkale, Plava džamija te najveća tržnica na otvorenom, Veliki Bazaar, a svaki je od njih ukratko opisan. Na kraju teorijskoga dijela navedena je i поблиže prikazana kulturno-povijesna baština Turske pod zaštitom UNESCO-a.

Nakon teorijskoga dijela rada slijedi primarno istraživanje o zadovoljstvu turističkim doživljajem nakon posjeta Turskoj te o prepoznatljivosti turističkih atrakcija navedenih u istraživanju. Provedeno je deskriptivno istraživanje metodom online anketnog upitnika na određenom uzorku. U anketnom upitniku ispitala se učestalost odlaska u Tursku te zadovoljstvo posjećenim atrakcijama, ali i ukupno zadovoljstvo ponudom Turske (čistoćom, dostupnim događajima, suvenirima, atrakcijama). Cilj istraživanja bio je istažiti glavne turističke adute Turske koji su najposjećeniji, zatim utvrditi njezinu najposjećeniju kulturno-povijesnu baštinu i utvrditi zadovoljstvo turista ponudom kulturno-povijesnih spomenika i baštine.

Ključne riječi: *Turska, turistički resursi, kulturno-povijesna baština, zadovoljstvo turističkom ponudom Turske*

SADRŽAJ

SAŽETAK

| | |
|--|----|
| 1. UVOD..... | 7 |
| 2. KULTURNO-POVIJESNA BAŠTINA TURSKE I NJEZINI TURISTIČKI RESURSI..... | 8 |
| 2.1. Turska..... | 8 |
| 2.1.1. Turizam Turske..... | 9 |
| 2.1.2. Turističke regije Turske..... | 10 |
| 2.2. Najposjećeniji turistički resursi Turske..... | 12 |
| 2.2.1. Aya Sofya | 12 |
| 2.2.2. Istanbul | 13 |
| 2.2.3. Pamukkale | 14 |
| 2.2.4. Plava džamija (Sultan Ahmet Camii)..... | 15 |
| 2.2.5. Veliki Bazaar (Kapali iarsi)..... | 16 |
| 2.3. Kulturno-povijesna baština Turske | 17 |
| 2.3.1. Povijesno središte Istanbula..... | 18 |
| 2.3.2. Arheološko nalazište Troje..... | 18 |
| 2.3.3. Bursa i Cumalikizik | 18 |
| 2.3.4. Džamija Selima II..... | 18 |
| 2.3.5. Göbekli Tepe | 19 |
| 2.4. Promocija i povećanje prepoznatljivosti Turske | 19 |
| 3. ISTRAŽIVANJE ZADOVOLJSTVA TURISTIČKIM DOŽIVLJAJEM TURSKE..... | 20 |
| 3.1. Metodologija istraživanja..... | 20 |
| 3.2. Rezultati provedenog istraživanja | 22 |
| 3.2.1. Karakteristike uzorka..... | 22 |
| 3.2.2. Istraživački rezultati | 24 |
| 3.3. Ograničenja istraživanja..... | 32 |
| 4. ZAKLJUČAK..... | 33 |
| 5. LITERATURA | 35 |
| 6. PRILOZI..... | 37 |

1. UVOD

Problematika istraživanja polazi od činjenice da je turizam u Turskoj jedna od najprofitabilnijih grana industrije te se nastoji i održati na samome vrhu. Turska se smatra sedmom turističkom silom svijeta. Međutim, u prošlosti se suočavala s brojnim krizama. Uz globalne krize, gospodarstvo se suočilo s financijskom krizom, razornim potresom u kolovozu 1999., terorističkim napadima (Karagoz i sur.,2007). Sve je to utjecalo na razvoj turizma. Zahvaljujući bogatoj turističkoj ponudi te njezinom položaju na dva kontinenta, Turska je danas zemlja neopisivih prirodnih ljepota, kulturnog i duhovnog bogatstva, tradicije, gostoljubivih domaćina i raskošne turističke infrastrukture (<http://www.viabalkans.com/hr/turska/>).Pretpostavka ovoga rada jest da se bogatom promocijom i proširenjem kulturno-povijesne baštine Turska može zadržati na vrhu turističkih sila svijeta.

Predmet istraživanja ovoga rada je kulturno-povijesna baština Turske i njezini turistički resursi. U istraživačkom dijelu rada će se analizirati, istražiti i utvrditi ponuda kulturno-povijesne baštine u Turskoj te će se istaknuti njezini glavni turistički aduti koji ju čine privlačnom destinacijom turistima. Uz to, nastoji se utvrditi kako Turska promovira svoje turističke adute i koje atrakcije turisti smatraju najprivlačnijima i najzanimljivijima. Na temelju istraživanja usporedit će se turistički pokazatelji najposjećenije kulturno-povijesne baštine Turske te istražiti razina zadovoljstva turista turističkim doživljajem posjećene destinacije.

Najvažniji ciljevi ovoga rada su utvrditi odnos između turističkih atrakcija i zadovoljstva turista, istražiti glavne turističke adute Turske, utvrditi najposjećeniju kulturno-povijesnu baštinu te utvrditi zadovoljstvo turista ponudom kulturno-povijesnih spomenika i baštine.

Završni rad sastoji se od četiri tematske cjeline. U prvom dijelu rada naveden je uvod u ovaj istraživački rad i njegov predmet, problematika te ciljevi samog istraživanja. U drugom dijelu detaljnije se objašnjava teorijski pregled literature odnosno provedeno je sekundarno istraživanje. Tu se detaljnije prikazuje Republika Turska, njezine karakteristike, turističke regije i sam turizam. U drugom dijelu također se prikazuju najposjećeniji turistički resursi Turske te njezina kulturno-povijesna baština. U trećem dijelu rada provedeno je primarno istraživanje na ciljnoj skupini od 172 osobe koje su, temeljem svojeg iskustva i zadovoljstva, ispunili anketu o turističkim atrakcijama koje su posjetili te iskazalisvoje mišljenje. U posljednjem dijelu rada iznesen je zaključak na temelju provedenog istraživanja.

2. KULTURNO-POVIJESNA BAŠTINA TURSKE I NJEZINI TURISTIČKI RESURSI

U ovom dijelu bit će riječi o Turskoj i njezinom položaju, njezinom turizmu, najpoznatijim turističkim resursima i kulturno-povijesnoj baštini koja je najposjećenija i najpoznatija. Na samom kraju teorijskog pregleda govorit će se kako Turska namjerava privući još više turista i postati prepoznatljivije turističko odredište.

Kultura i kulturni turizam jedan je od najrazvijenijih turizama u današnje vrijeme. Svaka destinacija ima neku vrstu kulturnog turizma. Kulturni turizam uključuje različite aspekte života i vidove ljudskih aktivnosti (Jelinčić, 2009:25). Turizam vezan uz kulturu i kulturnu baštinu omogućuje opisivanje prošlosti u sadašnjosti (Jelinčić, 2009:25 prema Nuryanti, 1996:251). U Turskoj se posebno ističe kulturno povijesna baština koja se može podijeliti na spomenike kulture, arheološka nalazišta, zaštićene urbane cjeline, stare gradove, dvorce i crkve (Geić S., 2011).

Uz brojne lokalitete koji su prepoznatljivi i razvijeni, gospodarski razvoj onih nerazvijenih može se postići uključivanjem kulture u turističku ponudu. Potrebno je osmisliti odgovarajući kulturno-turistički proizvod koji se nudi na tržištu (Demonja, Gredičak, 2015). „Kultura i kulturno nasljeđe oblikuje se kao proizvod i nudi na tržištu te postaje primarni i sekundarni motiv putovanja sve šireg segmenta rastućeg tržišta kulturnog turizma“ (Pančić Kombol, 2006: 211–226).

2.1. Turska

Republika Turska država je koja se nalazi u jugozapadnoj Aziji i jugoistočnoj Europi. Leži između Crnoga mora na sjeveru, Gruzije i Armenije na sjeveroistoku, Azerbajdžana i Irana na istoku, Iraka, Sirije i Sredozemnoga mora na jugu, Egejskoga mora na zapadu, Grčke i Bugarske na sjeverozapadu. Zauzima 779 993 km², od čega je europski dio oko 23 764 km², (<https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=62811>). Glavni grad je Ankara, a najveći grad i luka Istanbul. Službeni jezik je turski, a valuta turska lira. Većinu stanovnika Turske čine Turci (oko 85 %), slijede Kurdi (12 – 20 %), Arapi (1,8%), zatim Čerkezi, Turkmenci, Gruzijci, Armenci i drugi. Najnaseljenija su primorja Egejskoga i Crnoga mora te Kilikijska nizina, dok

su slabije naseljeni jug i unutrašnjost, a istok je mjestimice demografski pust. Stupanj urbanizacije iznosi oko 60%. Veći gradovi su: Istanbul, Ankara, Izmir, Bursa, Adana, Gaziantep, Konya, Antalya, Diyarbakir, Mersin i Kayeser (<https://proleksis.lzmk.hr/49454/>).

Slika 1. Položaj Turske na karti



Izvor:https://www.google.com/search?q=turska+na+karti&tbm=isch&source=iu&ictx=1&vet=1&fir=Mvw0aFC31EODYM%252ClvW3CH0YUqgPTM%252C_%253BaYFEo26wC8hAM%252CyGxpsyMuvEI_sM%252C_%253BCMpac5FCyF0KpM%252CREhVuln0TNcF0M%252C_%253B5I999_OeaTAABM%252CyGxpsyMuvEI_sM%252C_%253B2ZplccZY6jaRhM%252Cpldhd10_A_qY5M%252C_%253BOKrYjvo3geKYEM%252CjLVsp_4iTsRR9M%252C_%253BJoWTjPcpIMhj6M%252CZpASo0ap-13JxM%252C_%253Bzm3naWE9XwsWMM%252C_qNIQw9Ga8zTaM%252C_%253BkGlofGUzRjf8EM%252CLd58h9Ubslc3FM%252C_%253BOEkneYswS3jeeM%252CBKgnzoZmW2b_ZM%252C_%253BrOf1FBzg8JW0hM%252CW7brLpWo4_THxM%252C_%253BjtF2si4Sp-pwmM%252ClvW3CH0YUqgPTM%252C_&usg=AI4_-kTEyQ-GaeBit5n1aQvO8f4Bm0hvfFQ&sa=X&ved=2ahUKewjqn_y4qK_1AhUfRPEDHT11ChQQ9QF6BAgMEAE#imgrc=2ZplccZY6jaRhM (8.1.2022.)

2.1.1. Turizam Turske

Turska se smatra jednom od šest najpopularnijih turističkih destinacija svijeta. Prema Ministarstvu kulture i turizma, Tursku je 2015. godine posjetilo 39 400 000 stranih turista, dok je ukupan promet u turizmu te godine iznosio 31,4 milijarde dolara (<https://sites.google.com/site/turistickedestinacijeturske123/home/turizam>). Zbog svog položaja

Turska nudi različite kulture i kulturne utjecaje, od utjecaja antičkog i bizantskog doba pa sve do arapske i suvremene europske kulture i civilizacije (<http://www.viabalkans.com/hr/turska/>).

U turističkom pogledu, Turska je dugo bila zemlja od marginalnoga značenja. Tek 1980-ih godina počinje jači razvoj, koji se temelji na *shopping*-turizmu. Nagli turistički razvoj ostvarila je u prvoj polovici 1990-ih godina. Vještom turističkom politikom, velikim ulaganjima u smještajne kapacitete i brzim napretkom u organizaciji turizma, Turska je privukla turiste iz europskih zemalja.

Danas se turistički razvoj Turske temelji na kombinaciji prirodnih i društvenih atraktivnih faktora. Trenutačno je naglasak na prirodnim atraktivnim faktorima: klimatska, hidrogeografska i geomorfološka obilježja primorja iskorištavaju se za razvoj kupališnog turizma. Ukupna duljina obale je 7200 km i ima izlazak na četiri mora: Sredozemno, Egejsko, Mramorno i Crno more. Pripada joj i najrazvedeniji dio obale Orijenta i to u egejskom primorju. Od atraktivnih društvenih faktora posebno treba istaknuti kulturno-povijesne spomenike. Bogata povijest Turske ostavila je za sobom velik broj kulturno-povijesnih spomenika koji privlače veliku pozornost turista. Najatraktivniji su antički (starogrčki i starorimski) te oni iz osmanlijskog razdoblja. Za Tursku je tipično miješanje utjecaja Zapada i Istoka što se vidi u svakodnevnom životu. Upravo zbog snažnog prožimanja zapadnih i istočnih utjecaja, brojni turisti iz drugih dijelova svijeta dolaze u Tursku, smatrajući to posebnom atrakcijom (Curić i sur., 2013).

2.1.2. Turističke regije Turske

U Turskoj se izdvaja pet turističkih regija: Marmara (primorje Mramornoga mora), Egejsko primorje, Crnomorsko primorje, Sredozemno primorje i Anatolija.

Prva regija Marmara (primorje Mramornoga mora) ima najdužu turističku tradiciju. Na obalama Bospora, tjesnaca koji razdvaja Europu od Azije, smješten je Istanbul, grad s najvećom koncentracijom kulturno-povijesnih spomenika u Turskoj. Istanbul je ujedno i jedini grad na svijetu koji se prostire na dva kontinenta te ima ostataka iz rimskog i bizantskog razdoblja. Najveći je dio kulturno-povijesnih spomenika podignut u osmanlijskom razdoblju. Glavna su atrakcija raskošne aristokratske palače, od kojih bivša carska palača Topkapi privlači najveću pozornost, kao i džamije, ponajprije Plava džamija i Aya Sofya. Važan je oblik turističke ponude Istanbula *shopping*-turizam, osobito na najvećoj tržnici, bazaru, Kapali čaršiji, zahvaljujući kojem

se taj grad i počeo turistički razvijati. Iz Istanbula se organizira brodsko razgledavanje Bospora, tjesnaca koji povezuje Mramorno i Crno more. Od ostalih destinacija važni su Izmit (muzeji), Gonen i Yalova (termalna središta), dok se kulturno-povijesnim spomenicima odlikuju Edirne, Iznik, Bursa i Balikesir. Poluotok Galipolje uređen je kao povijesni nacionalni park i u njemu se evociraju uspomene na jednu od većih bitki Prvog svjetskoga rata. Velik turistički posjet bilježi i arheološki lokalitet Troja.

Sljedeća regija je Egejsko primorje koje ima najrazvedeniju i najatraktivniju obalu. Osim prirodnih atraktivnih faktora (klima, hidrogeografska i geomorfološka obilježja), važni su i društveni (kulturno-povijesni spomenici) zahvaljujući arheološkim nalazištima starim do 5 000 godina. Izmir i Bodrum gradovi su s velikom koncentracijom kulturno-povijesnih spomenika i muzeja. Obližnji je poluotok Çeşme kupališna destinacija, kao i poluotoci Bodrum i Ölüdeniz, te grad Fethiye. Od mnogih su antičkih arheoloških lokaliteta najvažniji Efez, Milet i Pergamon. Na poluotoku Dileku uređen je istoimeni nacionalni park u kojem borave zaštićene razne vrste divljih životinja. Egejskom primorju pripada i otok Bozcaada poznat po vinskim cestama. Najveća središta zimskoga sportsko-rekreacijskog turizma u regiji su gradovi Burhaniye i Edremit.

Crnomorsko primorje treća je turistička regija koja svoj razvoj uglavnom temelji na kupališnom turizmu. Glavna kupališna središta su: Kilyos, İğneada, Kiyiköy, Polonezköy i Alapı. Uz kupališni turizam razvoj se temelji i na razgledanju kulturno-povijesnih spomenika u gradskim središtima: Amasra, Kastamonu, Safranbolu, Sinop i Trabzon. Od najposjećenijih nacionalnih parkova ističe se Yedi Göller sa sedam zaštićenih jezera.

Sljedeća turistička regija, Sredozemno primorje, turistički je važno zahvaljujući ugodnoj klimi sa čak 3000 sunčanih sati u godini. Ono svoj razvoj temelji na kupališnom turizmu, a glavno je kupališno središte grad Antalya koji ima i atraktivne kulturno-povijesne spomenike i muzeje. Zapadno i istočno od grada pružaju se prostrana kupališna područja. Ostale su važne turističke destinacije Burdur (s jezerskim područjem u okolini), Side (arheološki lokalitet), Mersin (kulturno-povijesni spomenici), Antakya (muzeji) i kupališta Alanya, Ulucinar i Dalyanagzi.

Kao posljednja turistička regija izdvaja se Anatolija koja se smatra planinskom regijom te obuhvaća unutrašnji dio poluotoka Male Azije. Obiluje kulturno-povijesnim spomenicima od kojih su najstariji podignuti još oko 2000. godine prije Krista jer su svoj trag u tom dijelu Turske

ostavili mnogi narodi. Anatolija je ujedno i povijesna jezgra turske države. Središnjim dijelom regije pruža se prostrana visoravan prekrivena stepama iz koje se izdižu planine vulkanske građe. Prijestolnica Ankara ima mnogo kulturno-povijesnih spomenika i kulturnih ustanova (ponajprije muzeja), a u njezinoj su okolici smještena brojna izletišta koja ponajprije posjećuje stanovništvo toga milijunskog grada. Najvažnije destinacije Anatolije su: Yassihoyuk, Ballihisar, Eskisehir, Amasya, Konya, Adiyaman i Diyarbakir. Od nacionalnih parkova najvažniji je Nemrut Dagi s antičkim kulturno-povijesnim spomenicima. Uz navedene destinacije, posebna atrakcija Anatolije su termalni izvori, kojih upravo u toj regiji ima najviše. Najveću posjećenost bilježe: Kizilcahan Kaplica, Haymana Kaplica, Ayas Kaplica, Dutlu Kaplica i Çubuk. Središnjim dijelom regije, istočnije od Ankare, pruža se povijesna pokrajina Kapadocija. Ona je poznata po geomorfološkim fenomenima i vrlo atraktivnim krajolicima oblikovanim u karbonatima i magmatskim stijenama. Najveća atrakcija toga dijela Turske je nacionalni park Göreme koji se nalazi i na popisu Svjetske prirodne baštine UNESCO-a (Curić i sur., 2013).

2.2. Najposjećeniji turistički resursi Turske

Kao što je ranije navedeno, Turska obiluje predivnim lokacijama koje vrijedi posjetiti. Taj spoj Azije i Europe sastoji se od prirodnih ljepota, plaža, zelenila te povijesnih spomenika koji vraćaju u prošlost. Slijede najposjećenija mjesta u Turskoj.

2.2.1. Aya Sofya

Aya Sofya bazilika je koja se nalazi u Istanbulu, još se naziva remek-djelom bizantske arhitekture (<https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=1027>).

Aya Sofya još od izgradnje, stoljećima prije nego je Carigrad postao Istanbul, bila je i ostala najpoznatija vjerska građevina toga grada. Na njezinom današnjem mjestu prvobitno se nalazila bazilika Konstantina II. smještena između carske palače i hipodroma. Bazilika „Velika crkva“ (Megale Ekklesia) sagrađena je 360. godine nove ere. Njezino ime je 430. godine promijenjeno u Aya Sofya što znači „Sveta mudrost“. Građevina ima osnovu grčkoga križa sa središnjom kupolom promjera 32 metra i dvije bočne polukupole. Nekada se koristila u carske ceremonije, a dvije prostorije bile su rezervirane za vladara osobno. Zbog brojnih potresa, građevina je pretrpjela i nekoliko restauracija. Godine 1931., po zapovijedi Atatürka, džamija je pretvorena u muzej. Od tada se Aya Sofya smatra jednom od najljepših istanbulskih znamenitosti.

Slika 2. Aya Sofya

Izvor:https://www.google.com/search?q=aya+sofya&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=2ahUKewi1_Ojplqf1AhVKSPEDHanjD8IQ_AUoAXoECAIQAw#imgrc=4CPJMMmEpW9E-M
(8.1.2022.)

2.2.2. Istanbul

Istanbul je prema broju posjetitelja jedan od najturističnijih središta Europe za koje treba istaknuti i njegovu tranzitnu funkciju. Oko trećine svih posjetitelja Turske dolazi preko ovog milijunskog grada koji se nalazi na tri obale i sedam brežuljaka (Bilen i Bučar, 2004). Zbog svoga strateškoga položaja između Europe i Azije, Sredozemnog i Crnog mora, Istanbul se već 2000 godina nalazi u središtu političkih, kulturnih i umjetničkih događanja. U početku je bio prijestolnica Istočnog Rimskog Carstva, a potom i Osmanskog Carstva. Najpoznatiji simbol ovoga grada je prethodno spomenuta Aya Sofya. Istanbul se može pohvaliti i brojnim drugim arhitektonskim i umjetničkim remek-djelima, kao što su džamija sultana Ahmeta poznatija kao Plava džamija, Veliki bazar i karavan-saraj, antički hipodrom danas prekriven velikim trgom i drugim građevinama. Većina starog dijela Istanbula je na popisu UNESCO-ove Svjetske kulturne baštine (Kladarin i sur. 2021). Naziva se gradom koji spaja dva kontinenta, gradom koji spaja kulture i religije (<https://www.putolovac.hr/istanbul-top5-zanimljivosti/>).

Slika 3. Istanbul

Izvor:

https://www.google.com/search?q=istanbul&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=2ahUKEwjh8cj1oKf1AhWVQfEDHQ7JBWcQ_AUoAXoECAIQAw&biw=658&bih=592&dpr=1#imgrc=ZkV355BNEjKS3M (8.1.2022.)

2.2.3. Pamukkale

Pamukkale je mjesto u provinciji Denizli u jugozapadnoj Turskoj. To je područje iznimne ljepote koje čine velike površine mineralnih stijena, okamenjeni vodopadi nastali taloženjem velike količine vapnenca koji se nalazi u vodi, stepenaste terase i stalaktiti, a velike količine kalcijeva karbonata cijelom području daju snježnobijelu boju. Izvorima vruće vode pripisuju se ljekovita svojstva. Drevni grčko-rimski i bizantski grad Hierapolis sagrađen je s velikim kupalištima u 2. stoljeću prije Krista u neposrednoj blizini ovih izvora (Kladarin i sur., 2021). Od 1998. godine Pamukkale se zajedno za Hierapolisom nalazi na listi Svjetske kulturne baštine. Godišnje ga posjeti više od dva milijuna gostiju iz cijeloga svijeta (<https://punkufer.dnevnik.hr/clanak/pammukale-5-stvari-koje-trebate-znati-o-turskom-cudu-prirode---510624.html>).

Slika 4. Pamukkale

Izvor:<https://www.trt.net.tr/hrvatski/turizam-u-turskoj/2019/02/17/turizam-u-turskoj-pamukkale-1145928> (10.1.2022.)

2.2.4. Plava džamija (Sultan Ahmet Camii)

Plava džamija izgrađena je između 1609. i 1616. godine u Istanbulu te se smatra najveličanstvenijom džamijom. Izgradnju je naručio sultan Ahmed I., a sama izgradnja trajala je sedam godina. Nakon izgradnje nastala je pobuna jer je jedina džamija sa šest minareta bila ona u Meki, pa su stanovnici smatrali kako se sultan ponaša rasipno. Nakon pobune sultan je dao izgraditi sedmi minaret u Meki. Naziv je dobila zbog više od 20 000 plavih, ručno izrađenih keramičkih pločica koje prekrivaju unutarnje zidove (<https://www.ideaputovanja.hr/hr/atracije/turska/istanbul/plava-dzamiya-istanbul>).

Slika 5. Plava džamija

Izvor:

https://www.google.com/search?q=plava+d%C5%BEamija+istanbul&tbm=isch&ved=2ahUKEwjdv7zsqf1AhXU3YUKHVntCPoQ2-cCegQIABAA&oq=plava+d%C5%BEamija+&gs_lcp=CgNpbWcQARgAMgUIABCABDIECAAQHjIECAAQHjIECAAQHjIECAAQHIDSbViHG2C2KGgAcAB4AYABuQqIAbQqkgENMC4xLjEuMi40LjctMpgBAKABAaoBC2d3cy13aXotaW1nwAEB&sclient=img&ei=X2DcYZ2UNtS7lwTZ2qPQDw&bih=592&biw=651#imgrc=02XHzaUe9JxEKM (10.1.2022.)

2.2.5. Veliki Bazaar (Kapali iarsi)

Veliki Bazaar u Istanbulu izgrađen je početkom 15. stoljeća i najstarija je natkrivena tržnica na svijetu. Trenutačno je natkriveno više od 54 000 m². Tržnica se sastoji od preko 4 000 trgovina, pet džamija od kojih je danas aktivna samo jedna, škola, sedam fontana, deset bunara i česmi. Veliki Bazaar danas ima 21 vrata, dva bedema, 17 gostionica, 56 ulica te zapošljava preko 30 000 zaposlenika. Stoljećima se tržnica smatrala središtem trgovine, rukotvorina i financija na Mediteranu i Bliskom Istoku, no danas ju mnogi vide samo kao zamku za turiste (<https://punkufer.dnevnik.hr/clanak/veliki-bazar-u-istanbulu-kako-prezivjeti-najveci-soping-centar-na-svijetu---423908.html>).

Slika 6. Veliki Bazaar

Izvor:https://www.google.com/search?q=veliki+bazaar+istanbul&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwiAguf5z6f1AhVKS_EDHe5ZCZYQ_AUoAXoECAIQAw&biw=651&bih=592&dpr=1#imgrc=urWSuXmIzx2VNM (10.1.2022.)

2.3. Kulturno-povijesna baština Turske

Mnogim mjestima na svijetu iznimne kulture i prirodne vrijednosti zajedničko je što ih štiti Organizacija Ujedinjenih naroda za obrazovanje, znanost i kulturu – UNESCO (akronim od United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) sa sjedištem u Parizu. Konvencija o očuvanju svjetske kulturne i prirodne baštine prihvaćena je 1972. godine, a stupila je na snagu 1976. godine. Konvencijom su osigurani pravni okviri suradnje zemalja članica o očuvanju posebno vrijednih spomenika, kompleksa i lokacija koje su stvorili ljudi, ali i priroda, a koji su od neprocjenjive prirodne, povijesne, umjetničke, znanstvene, arheološke ili antropološke vrijednosti. U sam popis svjetske prirodne i kulturne baštine uvrštavaju se dobra koja su iznimno dragocjena i nenadoknadiva za čovječanstvo.

U Turskoj je tako pod zaštitom UNESCO-a 19 lokaliteta. U ovom dijelu bit će navedeno pet najpoznatijih kulturno-povijesnih lokaliteta koji su pod zaštitom UNESCO-a.

2.3.1. Povijesno središte Istanbula

Istanbul je bio prijestolnica Istočnog Rimskog Carstva i Osmanskog Carstva te je zbog toga u središtu kulturnih i umjetničkih građevina. Cijela povijesna jezgra grada, uvrštena je na UNESCO-ov popis 1985. godine, a pozornost plijene građevine iz osmanskog razdoblja. Najpoznatija građevina, ali i simbol Istanbula, upravo je Aya Sofya koja je prvotno bila bazilika kršćanskog svijeta, zatim i džamija, a danas se u njoj nalazi muzej. Uz nju tu su još i Plava džamija te Veliki Bazaar, ali i brojne druge građevine.

2.3.2. Arheološko nalazište Troje

Područje Troje jedno je od najpoznatijih arheoloških nalazišta na svijetu. Iskapanja su počela 1870. godine, kod sela Hissarlik, a rezultirala su brojnim nalazima kao što su ostaci arhitektonskih spomenika, oruđe, oružje, nakit, keramika. U 13. ili 12. stoljeću prije Krista grčki su ratnici zauzeli i razorili Troju, a upravo taj je događaj ovjekovječen u Homerovoj „Ilijadi“. Danas se područje Troje smatra iznimno važnim za razumijevanje rane europske povijesti zbog velikog utjecaja koje je Homerovo djelo imalo na različite umjetnosti. Na Popis svjetske baštine nalazište je uvršteno 1998. godine.

2.3.3. Bursa i Cumalikizik

Lokalitet obuhvaća skup od osam mjesta u gradu Bursi i obližnjem selu Cumalikiziku, smještenih 20-ak kilometara južno od Mramornoga mora. Razvoj Burse i njegovo graditeljsko nasljeđe vezani su uz petoricu prvih sultana Osmanskoga Carstva koji su, počevši od 14. stoljeća, podizali reprezentativne građevine poput džamija, medresa, hamama, imareta i mauzoleja. Upravo zbog toga lokalitet je mjesto rođenja Osmanskoga Carstva te obuhvaća ključne funkcije društvene i ekonomske organizacijenove duhovne i političke prijestolnice Osmanskoga Carstva. Godine 2014. lokalitet je uvršten na popis UNESCO-a.

2.3.4. Džamija Selima II.

Džamija iz 16. stoljeća nalazi se u gradu Edirne, nekadašnjoj prijestolnici Osmanskoga Carstva. U sklopu džamije nalaze se škole, knjižnica, sahat-kula i natkrivena tržnica, a posebnu pozornost plijeni unutrašnjost džamije koja je ukrašena iznimno vrijednim keramičkim pločicama. Danas džamija Selima II. zbog svog inovativnog dizajna i velike umjetničke vrijednosti predstavlja

jedan od najvažnijih spomenika iz razdoblja Osmanskoga Carstva. Na popisu UNESCO-ove baštine nalazi se od 2011. godine (Kladarin i sur., 2021). Za razliku od Aya Sofyje, ispred džamije nalazi se otvoreno dvorište sa stupovima, a sama džamija nalazi se u središtu grupe građevina. U toj grupi građevina su medresa, tržnica, sahat kula, knjižara i vanjsko dvorište (<https://furaj.ba/selimija-dzamija-u-edirnama/>).

2.3.5. Göbekli Tepe

Kao zadnji lokalitet naveden je ovaj arheološki lokalitet mezolitičkog svetišta koji se nalazi na brdu u jugoistočnoj Anatoliji, oko 15 kilometara sjeveroistočno od grada Şanlıurfa. Lokalitet obuhvaća monumentalne ovalne strukture koje su podigli lovci sakupljači između 9600. i 8200. godine prije Krista. Najpoznatiji je kao najstariji poznati primjer monumentalne arhitekture, koja je ujedno i najstarija vjerska građevina na svijetu. Površina ovalnih monolitnih struktura načinjena je od vapnenačkih stupova u obliku velikih slova T, a ukrašena je reljefima sa životinjskim likovima (škorpcionima, veprovima, lavovima, lisicama, zmijama) kao i likovima ljudi. Ovi spomenici danas turistima omogućuju uvid u način života i vjerovanja ljudi gornje Mezopotamije prije 11 500 godina. Uvršten je na UNESCO-ovu listu 2018. godine (Kladarin i sur., 2021).

2.4. Promocija i povećanje prepoznatljivosti Turske

Prema podacima Svjetske turističke organizacije (UNWTO), Turska je na 6. mjestu u svijetu po broju turista i na 14. mjestu u pogledu prihoda od turizma. U prvih sedam mjeseci 2019. godine Turska je ugostila više od 24,69 milijuna stranih turista, što je porast od 14,1 % u odnosu na isto razdoblje 2018. godine. Nova strategija Turske bazira se na povećanju prihoda te otvaranjem novih tržišta na kojima bi se promovirali turski aduti. U 2023. godini prihodi se planiraju povećati rastom potrošnje po turistu i to sa prosječnih 65 dolara dnevno (u 2018. godini) na 86 dolara (u 2023. godini). Turska se u narednim godinama planira usredotočiti na raznolikost promocije otvaranjem gastronomskih centara kao i otvaranjem novih kulturnih tura. Fokus će se staviti na nautički jahtaški turizam. Vlada Turske planira povećati sredstva za arheološka iskopavanja, čišće plaže, ali i promociju turske gastronomije u popularnim turskim sapunicama (<https://www.poslovni.hr/hrvatska/turska-ce-budzet-za-promociju-turizma-povecati-deset-puta-358278>).

3. ISTRAŽIVANJE ZADOVOLJSTVA TURISTIČKIM DOŽIVLJAJEM TURSKE

Svaka destinacija nastoji biti prepoznatljiva na turističkoj karti svijeta, pa se zbog toga naglasak stavlja na zadovoljenje turističkih potreba prilikom posjeta turista. Brojne države ulažu u svoju turističku ponudu kako bi se privukao što veći broj posjetitelja. Turska je jedna od takvih destinacija koja obiluje brojnim prirodnim, ali i umjetno stvorenim ljepotama, te to nastoji iskoristiti na najbolji mogući način. Velik broj turista donosi pozitivne, ali i negativne učinke za razvoj destinacije. Potrebno je upravljanje destinacijom na način da se oni negativni učinci smanje, a pozitivni povećaju i iskoriste na najbolji mogući način. „S turističkim kretanjima turistička destinacija postaje podređena različitim zahtjevima i pritiscima, a povratka na „staro“ nema pa turizam ostavlja trajne pozitivne posljedice na lokalno stanovništvo ali i „ožiljke“ na njihovoj duši i okolišu“ (Štifanić, 2005:807–825).

U ovom dijelu rada opisan je položaj Turske i činjenica da je ona jedna od najposjećenijih destinacija svijeta, opisana su njezina najpoznatija turistička odredišta i atrakcije. U nastavku rada bit će prikazani rezultati istraživanja koji pokazuju koliko je Turska prepoznatljiva te koje su to njezine najposjećenije turističke atrakcije, ali i ukupno zadovoljstvo turista boravkom u Turskoj.

3.1. Metodologija istraživanja

Ciljevi ovog rada su:

- ✓ utvrditi odnos između turističkih atrakcija i zadovoljstva turista
- ✓ istražiti glavne turističke adute Turske
- ✓ utvrditi najposjećeniju kulturno-povijesnu baštinu
- ✓ utvrditi zadovoljstvo turista ponudom kulturno-povijesnih spomenika i baštine.

U ovom istraživanju korišteni su sekundarni podaci iz domaće literature (knjige, internetske stranice). Nakon prikupljanja i analiziranja sekundarnih podataka, provedeno je i primarno, opisno istraživanje, u obliku *online* ankete, putem koje se došlo do točnih podataka o trenutnom stanju zadovoljstva vezanog uz ponudu kulturno-povijesnu baštinu Turske i njezinih glavnih

turističkih resursa. Razlog odabira ovakvog oblika primarnog istraživanja su mnoge prednosti kao što su brzo skupljanje podataka, pristup anketi u bilo koje doba dana te financijski isplativ oblik prikupljanja podataka.

Kao instrument istraživanja odabran je *online* anketni upitnik koji je sastavljen na temelju ciljeva ovog rada. *Online* anketu sastavila je autorica istraživanja. Uvjet za ispunjavanje ankete bio je da je ispitanik barem jednom posjetio Tursku ili čuo za navedene atrakcije s popisa u anketi. Anketni upitnik je sadržavao 16 pitanja. Prvi dio anketnog upitnika odnosio se na opće podatke ispitanika (1-5), a posljednji dio na zadovoljstvo turističkim doživljajem nakon posjeta Turskoj (6-16). Na početku ankete nalazila su se dva pitanja koja se odnose na spol i dob ispitanika. Nakon toga slijede pitanja o razini stečenog obrazovanja i o radnom statusu ispitanika. U drugom dijelu ankete su pitanja vezana za zadovoljstvo turističkim doživljajem nakon posjeta Turskoj. Nakon općenitih pitanja o tome putuje li se izvan Hrvatske i koliko često, slijede najvažnija pitanja u anketnom upitniku koja se odnose na samo putovanje u Tursku, prijevozna sredstva kojima se tamo stiglo, kako se taj posjet realizirao, koliko se puta bilo u Turskoj te koji su bili glavni motivi odlaska u Tursku. Uz to, pitalo se koji su se sve gradovi u toj državi posjetili, koja se atrakcija najviše dojmila posjetiteljima, ali i zašto baš ta. Jedno od pitanja bilo je na ljestvici od jedan do pet označiti koliko su posjetitelji bili zadovoljni navedenim segmentima koji se smatraju važnim za razvijanje svake turističke destinacije. Posljednja tri pitanja odnosila su se na atrakcije za koje su ispitanici čuli, ali i posjetili. Zadnje pitanje odnosilo se na razlog posjeta neke turističke atrakcije u Turskoj. Na sva pitanja, osim na pitanje o posjećenosti neke turističke atrakcije, bilo je obavezno odgovoriti. Osnovni skup (populacija) su osobe koje su posjetile Tursku.

Anketni upitnik provodio se putem društvene mreže *Facebook* od 7. svibnja 2021. do 20. lipnja 2022. jer se upravo ovom mrežom najbrže šire obavijesti, ali i iskustva koja se svakodnevno razmjenjuju. Prije samog istraživanja ispitanici su bili informirani o ciljevima istraživanja i postupku, kao i o ograničenju u smislu da anketu mogu ispuniti samo oni koji su posjetili Tursku i oni koji su čuli za atrakcije s popisa u anketi te da za ispunjavanje upitnika moraju biti punoljetni. Anonimnost prilikom ispunjavanja je bila osigurana te je bilo navedeno da će podaci biti korišteni samo u svrhu pisanja ovog istraživačkoga i završnoga rada.

Istraživanje je provedeno na uzorku od ukupno 172 ispitanika. Objava o anketi se dijelila u raznim grupama, pa se pretpostavlja da su anketu ispunjavali ispitanici iz različitih krajeva.

Dobiveni rezultati obrađeni su pomoću računalnog programa *Microsoft Office Excel*. Svaki rezultat istraživanja izražen je u postotku. Osim grafičkog prikaza, svaki dobiveni rezultat je dodatno deskriptivno objašnjen i interpretiran.

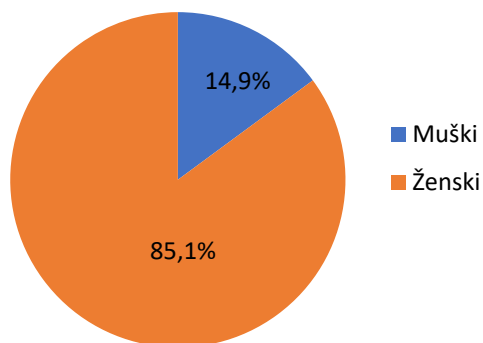
3.2. Rezultati provedenog istraživanja

Nakon provedenoga istraživanja dolazi se do rezultata istraživanja. Najprije, prikazani su sociodemografski podaci, odnosno karakteristike ispitanih, a kasnije slijede sami rezultati zadovoljstva turističkim doživljajem.

3.2.1. Karakteristike uzorka

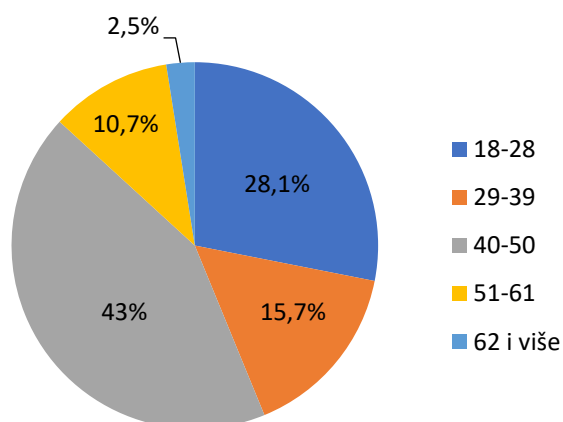
Ispunjavanju anketnoga upitnika pristupilo je ukupno 172 ispitanika, od čega je 85,1% ženskog, a 14,9% muškog spola (Grafikon 1).

Grafikon 1. Spol ispitanika



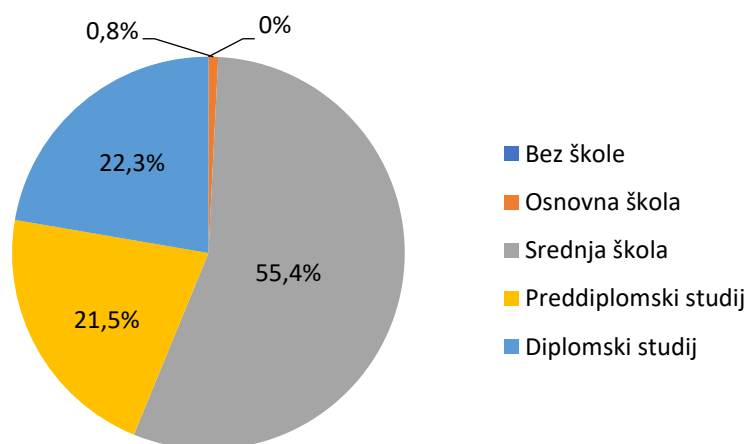
Izvor: vlastita izrada autora prema provedenom istraživanju

U istraživanju su sudjelovale sve punoljetne osobe, odnosno svi stariji od 18 godina. Najveći broj ispitanika (43 %) pripada dobnoj skupini od 40 do 50 godina, dok najmanji broj ispitanika (2,5%) pripada dobnoj skupini od 62 godine i više (Grafikon 2.).

Grafikon 2. Dob ispitanika

Izvor: vlastita izrada autora prema provedenom istraživanju

Prema stupnju stečenog obrazovanja, najveći broj ispitanika ima završenu srednju školu (55,4%); 0 ispitanika je bez škole, a 0,8 % ispitanika ima završenu samo osnovnu školu. Preddiplomski stručni studij ima završeno 21,5% ispitanika, a završeni diplomski studij ima 22,3% ispitanika (Grafikon 3.).

Grafikon 3. Stupanj obrazovanja ispitanika

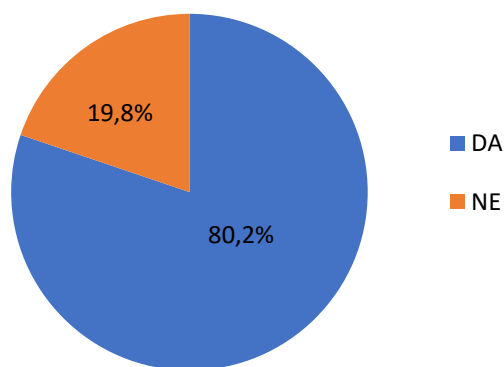
Izvor: vlastita izrada autora prema provedenom istraživanju

3.2.2. Istraživački rezultati

U središtu istraživanja bilo je zadovoljstvo turističkim doživljajem nakon posjeta Turskoj. Slijede podaci vezani upravo za zadovoljstvo.

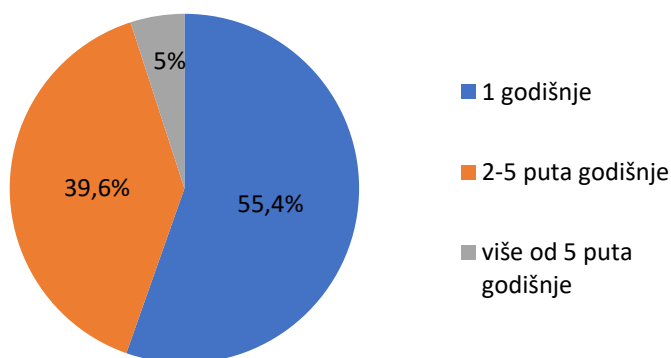
Grafikon 4. prikazuje da 80,2% ispitanika putuje izvan Hrvatske u svrhu odmora, dok preostalih 19,8% ne putuje izvan Hrvatske u svrhu odmora.

Grafikon 4. Putovanje izvan Hrvatske



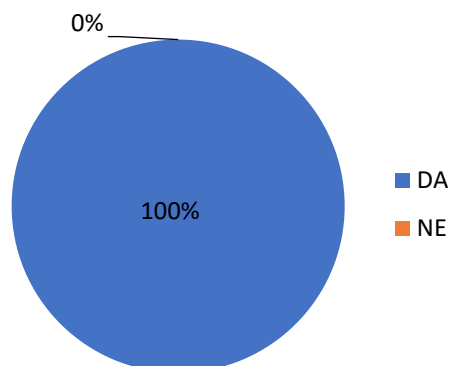
Izvor: vlastita izrada autora prema provednom istraživanju

Većina ispitanika navela je kako u godini dana u svrhu odmora putuje samo jednom (55,4%), 2-5 puta godišnje u svrhu odmora putuje njih 39,6% a više od 5 puta godišnje putuje najmanje ispitanika i to 5% (Grafikon 5.).

Grafikon 5. Učestalost putovanja izvan Hrvatske u svrhu odmora

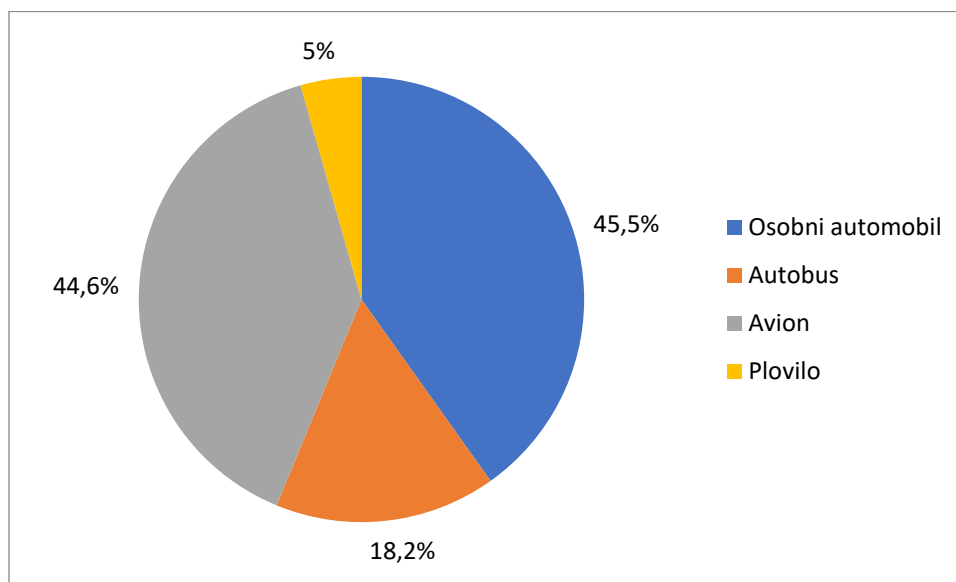
Izvor: vlastita izrada autora prema provednom istraživanju

Grafikon 6. prikazuje kako su svi ispitanici barem jednom posjetili Tursku.

Grafikon 6. Posjet Turskoj

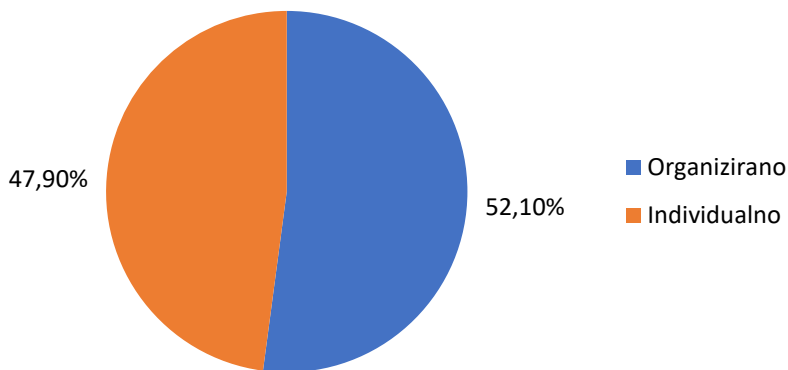
Izvor: vlastita izrada autora prema provednom istraživanju

Ispitanici su u Tursku putovali različitim prijevoznim sredstvima. Najviše je ispitanika u Tursku stiglo osobnim automobilom (45,5%), a nešto manje ispitanika (44,6 %) zrakoplovom. Prema ovim podacima vidljivo je da su automobil i zrakoplov vodeća prijevozna sredstva koja se koriste za dolazak u Tursku. Od kopnenih prijevoznih sredstava koristio se i autobus u znatno manjem postotku (18,2%). Najmanji broj ispitanika (5 %) koristio se plovilom (Grafikon 7.).

Grafikon 7. Korišteno prijevozno sredstvo

Izvor: vlastita izrada autora prema provednom istraživanju

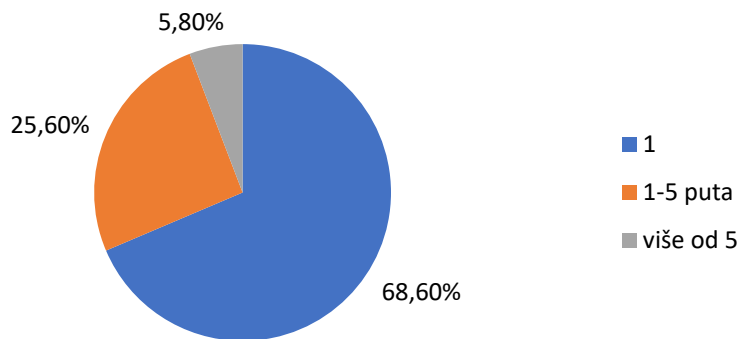
Grafikon 8. prikazuje na koja su od dva ponuđena načina ispitanici realizirali posjet Turskoj. Najveći broj stigao je organizirano, točnije, posredstvom turističke agencije (52,1%), dok je nešto manje ispitanika (47,9%) stiglo individualno (Grafikon 8.).

Grafikon 8. Način realizacije posjete Turskoj

Izvor: vlastita izrada autora prema provednom istraživanju

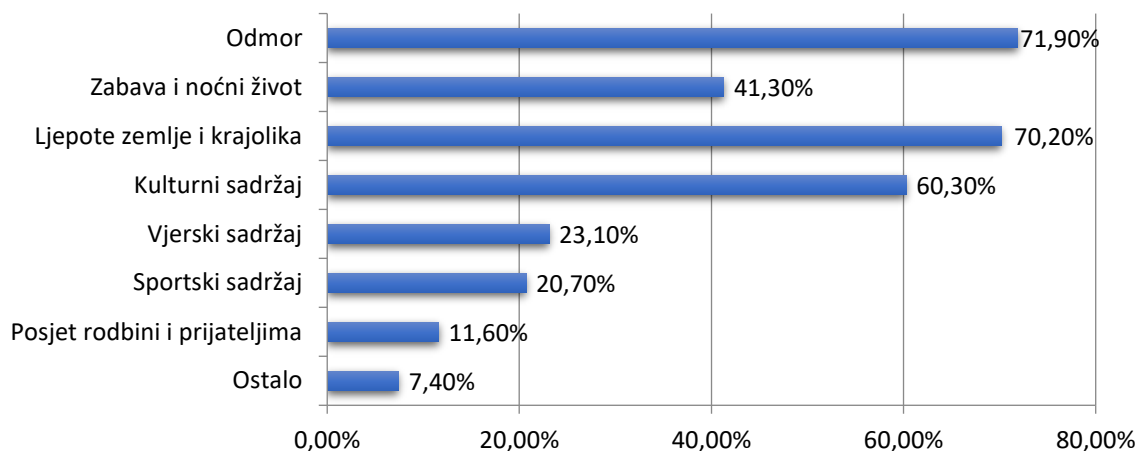
Najveći dio ispitanika je samo jednom bilo u posjetu Turskoj (68,6%), zatim slijede oni koji su ju posjetili 1-5 puta (25,6%) te na poslijetku oni koji su u Turskoj bili više od pet puta (5,8 %) (Grafikon 9.).

Grafikon 9. Broj posjeta Turskoj



Izvor: vlastita izrada autora prema provednom istraživanju

Iz sljedećeg grafikona vidljivo je da je većina ispitanika navela kako je glavni motiv dolaska u Tursku bio sam odmor (71,9%), a nešto manje ispitanika izjasnilo se kako je glavni motiv za posjet bila ljepota zemlje i krajolika (70,2%). Zbog raznih kulturnih događanja i sadržaja u Tursku je došlo 60,3 % ispitanika, dok je zbog zabave ili noćnog života koji nudi ova zemlja, Tursku posjetilo 41,3% ispitanika. Vjerski sadržaj privukao je 23,1 % ispitanika, dok sportska događanja i sadržaj njih 20,7 %. Od ukupnog broja, 11,6% ispitanika kao glavni motiv putovanja navodi posjet rodbini i prijateljima u toj zemlji. Najmanje ispitanika (7,4 %) Tursku je posjetilo iz ostalih razloga koji nisu bili navedeni u anketi.

Grafikon 10. Motivi dolaska u Tursku

Izvor: vlastita izrada autora prema provednom istraživanju

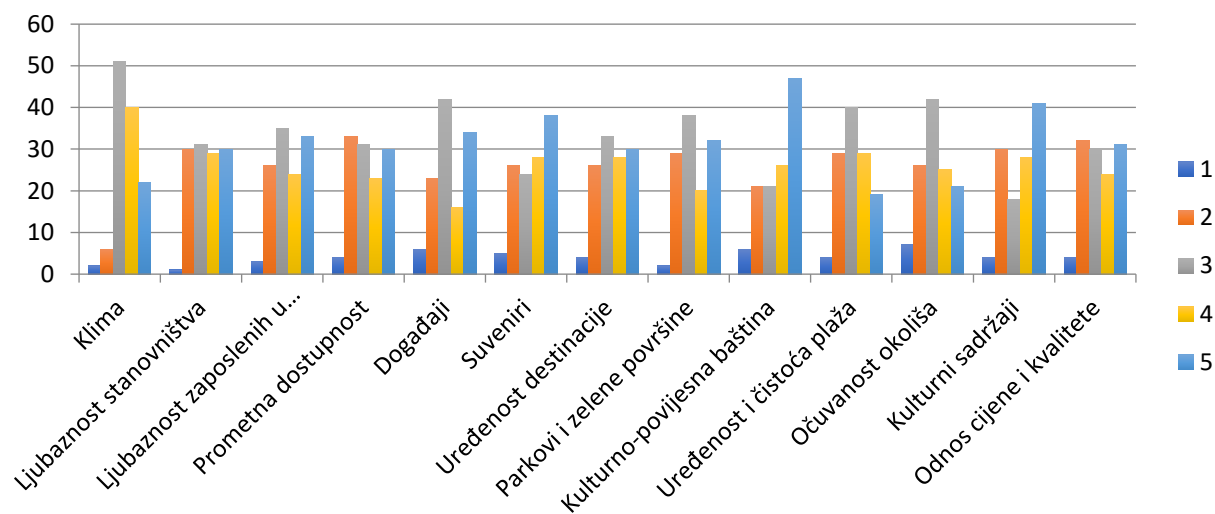
Najveći dio ispitanika naveo je da je u Turskoj posjetio grad Istanbul (83 ispitanika), a gradove Izmir i Antalyu posjetilo je njih 16. Od većih gradova, navedena je i Ankara (13), zatim Bodrum (10), slijedi Bursa koju je posjetilo njih sedam. Pamukkale je posjetilo četiri ispitanika. Gradove Samsun, Kemer, Konya i Göreme posjetilo je po tri ispitanika. Gaziantep i Adana posjetilo je njih dvoje, a samopo jedan ispitanik posjetio je gradove Mersin, Malatya, Trabzon, Belek, Denizli, Nevsehir, Canakkale, Edirne, Kuşadası, Mardin, Şanlıurfa, Diyarbakir i Adiyaman.

Sljedeće pitanje odnosilo se na turističke atrakcije koje su se najviše svidjele ispitanicima i zašto baš one. Najveći dio ispitanika (76 %) naveo je upravo Aya Sofyju kao atrakciju koja im se najviše svidjela. Svidjela im se atmosfera koja tamo prevladava, smatraju ju neprocjenjivim blagom, većinu je privukla upravo zbog svoje bogate povijesti te svojega uređenja. Göbekli Tepe naveden je kao atrakcija koji je zbog svoje starosti posjetilo 27 ispitanika. Kao atrakcija naveden je i grad Istanbul koji su opisali kao jedinstven grad vrijednog posjeta. Nakon toga većina ispitanika navela je Bospor zbog prekrasnog pogleda koji se pruža na Europu. Od palača tu su navedene Topkapi palača, Dolmabahçe palača koja se posebno istakla zbog stila gradnje. Od džamija izdvojene su Plava, Ortakoy i Camlica. Turska je poznata po regiji Cappadocia koju je nekoliko ispitanika (34) navelo zbog mogućnosti leta balonom na vrući

zrak te ju opisuju kao mjesto koje je nevjerojatno i nestvarno. Nadalje, Veliki Bazaar je također velika atrakcija koji, prema riječima ispitanika, “vrvi od živosti”. Atrakcije koje nisu navedene više puta su: planina Nemrut, park divljih životinja u Izmiru, Galata toranj, pješčane plaže, Efez, Kuşadasi, hotel i restoran Pier Lotti, Ortakoy i Kiz Kulesi koja je jedan od simbola grada Istanbula. Nekoliko ispitanika navelo je kako im je cijela Turska atrakcija sama po sebi.

Najveći broj ispitanika izrazito je zadovoljan kulturno-povijesnom baštinom (47), nakon toga slijedi kulturni sadržaj (41) pa uređenost i čistoća plaža (40). Iz ovoga se može zaključiti kako je Turska prilično čista zemlja što pogoduje zadovoljstvu turista prilikom boravka u njoj. Vidljivo je da su ispitanici izrazito zadovoljni i ponudom suvenira (38), ali i ljubaznošću stanovništva. Najveći broj ispitanika naveo je izrazito nezadovoljstvo odnosom cijene i kvalitete te nezadovoljstvo prometnom (ne)dostupnosti (Grafikon 11.).

Grafikon 11. Zadovoljstvo ispitanika

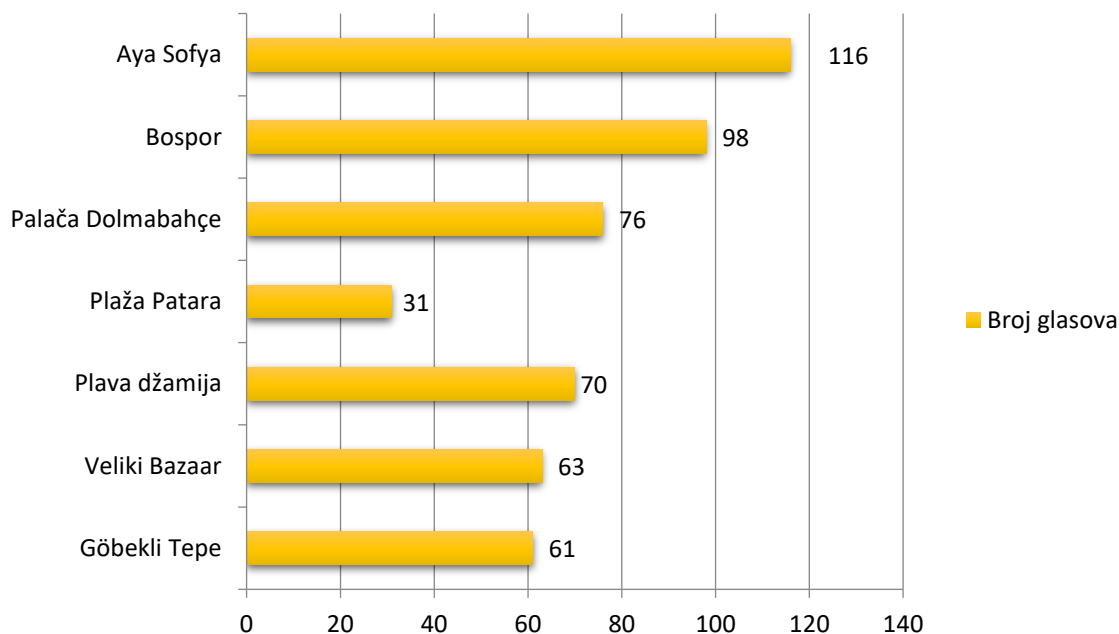


Izvor: vlastita izrada autora prema provednom istraživanju

Iz sljedećeg pitanja vidljivo je kako je najpoznatija turistička atrakcija među ispitanicima upravo Aya Sofya koja se nalazi na prvom mjestu sa 116 glasova (95,9%). Za tjesnac Bospor je čulo njih 98 (81%). Nakon toga slijedi palača Dolmabahçe sa 76 ispitanika (62,8%) te Plava džamija sa 70 ispitanika (57,9%). Više od polovice, točnije 63 ispitanika (52,1%) je čulo za poznatu tržnicu Veliki Bazaar. Atrakciju Göbekli Tepe kao poznatu je naveo 61 ispitanik (50,4%), a na

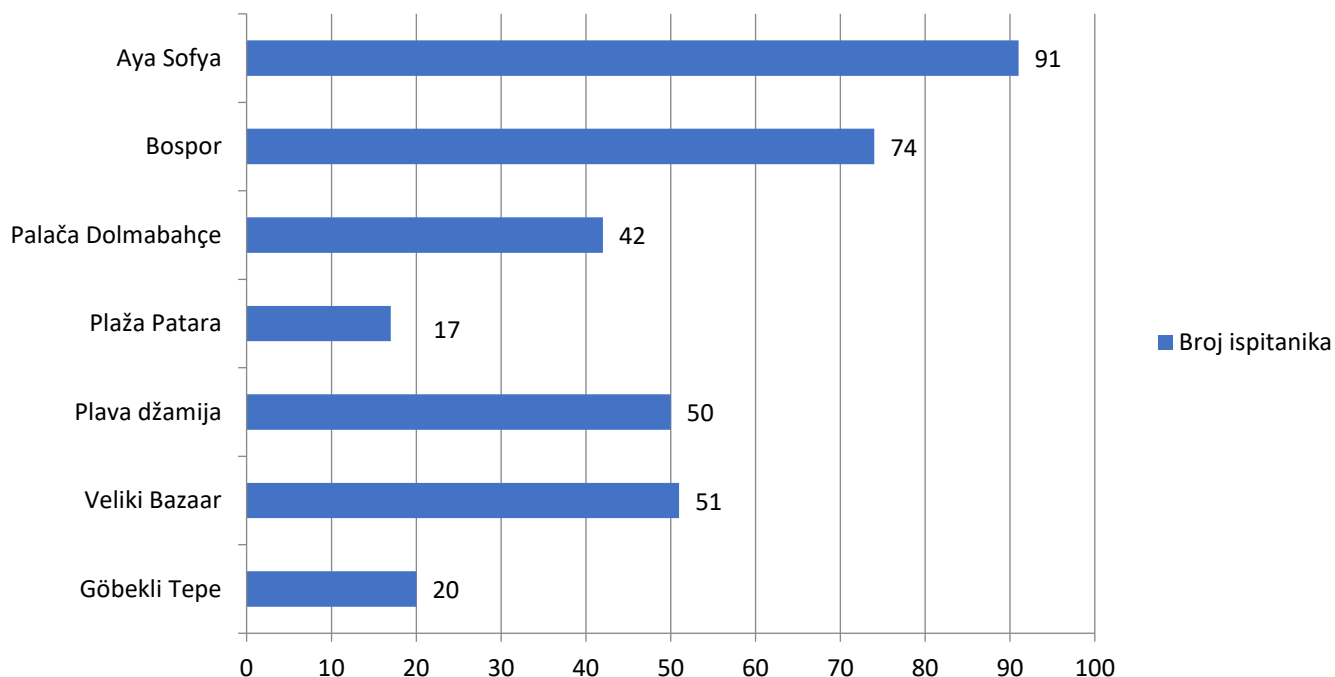
posljednjem mjestu nalazi se Plaža Patara za koju je čuo samo 31 ispitanik (25,6%) (Grafikon 12.).

Grafikon 12. Prepoznatljivost turističkih atrakcija



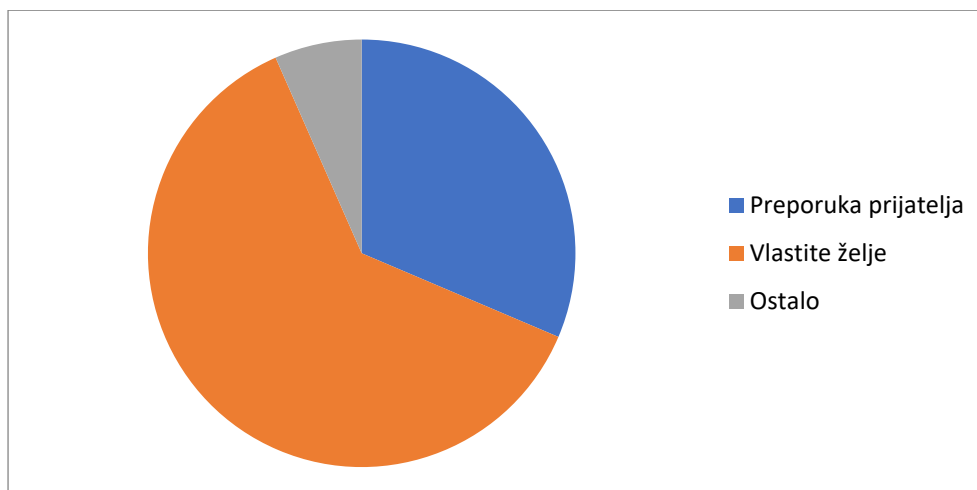
Izvor: vlastita izrada autora prema provednom istraživanju

Nadalje, što se tiče posjećenosti prethodnih turističkih atrakcija, Aya Sofya bilježi najveću posjećenost od strane ispitanika (91 ispitanik, 77,8%). Tjesnac Bospor posjetilo je 74 ispitanika (63,2%), zatim slijede Veliki Bazar koji je posjetio 51 sudionik (43,6%) i Plava džamija koju je posjetio jedan ispitanik manje (42,7%). Palaču Dolmabahçe posjetilo je 35,9 % ispitanika, točnije njih 42, a njih 20 (17,1%) Göbekli Tepe. Na samom kraju, najmanje ispitanika, njih 42 (35,9 %) posjetilo je plažu Patara (Grafikon 13).

Grafikon 13. Posjećene turističke atrakcije

Izvor: vlastita izrada autora prema provednom istraživanju

Na samom kraju ankete, najveći broj ispitanika (62%) naveo je kako su se na posjet Turskoj odlučili prema vlastitim željama, a po preporuci prijatelja Tursku je posjetilo njih 31,4%. Na 6,6 % ispitanika utjecali su ostali čimbenici koji nisu navedeni u anketi (Grafikon 14.).

Grafikon 14. Čimbenici koji su utjecali na odluku o posjeti Turskoj

Izvor: vlastita izrada autora prema provedenom istraživanju

3.3. Ograničenja istraživanja

Provedeno istraživanje imalo je ukupno četiri ograničenja. Prvo ograničenje odnosi se na spol ispitanih, točnije na odnos između muških i ženskih ispitanika. U ovom istraživanju većim dijelom su sudjelovale osobe ženskog spola, dok su ispitanici muškog spola u manjini.

Drugo ograničenje odnosi se na dob ispitanika. Kako bi se dobili što raznolikiji rezultati, i dob ispitanika bi trebala biti što raznolikija. U istraživanju su sudjelovali svi punoljetni ispitanici. Analizom rezultata došlo se do zaključka da su većim dijelom u ovom istraživanju sudjelovali ispitanici iz dobne skupine od 40 do 50 godina, dok najmanjim dijelom oni od 62 godine i više.

Treće ograničenje odnosi se na sam kriterij po kojem se birao uzorak. Glavni kriterij je bio da je ispitanik barem jednom posjetio Tursku, no ne može se sa sigurnošću reći da su baš svi ispitanici posjetili Tursku. Upravo zbog toga podaci dobiveni anketnim upitnikom nisu dovoljno pouzdani i vjerodostojni.

Posljednje ograničenje odnosi se na broj ispitanika, odnosno na veličinu uzorka. Veličina uzorka u ovom istraživanju bila je 172 osobe, a poznato je da Tursku godišnje posjete milijuni ljudi. Uključivanjem većeg broja ljudi došlo bi se i do reprezentativnijih rezultata.

4. ZAKLJUČAK

U današnje vrijeme, turizam je jedna od najrazvijenih gospodarskih grana. Mnoge države ostvaruju velike prihode upravo od turizma. Kako živimo u modernim vremenima, često se putuje i po nove osmijehe ili fizičke korekcije. Tursku godišnje posjeti oko milijun medicinskih turista i to sve zbog zdravstvenog turizma. Prihodi koje Turska bilježi od takvog turizma sežu do deset milijardi dolara. Zbog svoga geografskoga položaja, kao mjesto gdje se susreću Orijent, arapska kultura i civilizacija zapada, Turska se ubrajaju jednu od svjetskih sila. U svijetu postoje brojne države koje obiluju prirodnim, ali i kulturnim dobrima. Turska je jedna od njih te ona uvelike ulaže u svoj turizam, ali i turističku ponudu. Uz bogatu ponudu atraktivnih turističkih lokacija može se pohvaliti i sa čak 40 nacionalnih parkova. Aya Sofya, Plava džamija, Palača Dolmabahçe i mnoge druge kulturne građevine svjedoče bogatoj turskoj povijesti te su danas jedne od najposjećenijih turističkih atrakcija. Tu su još i čuveni Pamukkale, Bospor i Veliki Bazaar koji godišnje posjeti preko milijun turista. Zračna luka u Istanbulu je jedna od najprometnijih na svijetu i godišnje ju posjeti preko 200 milijuna putnika. Unatoč visokim brojkama turista koji godišnje posjete Tursku i navedene atrakcije, turska Vlada i dalje nastoji povećati taj broj te razvija strategije kojima bi postala prepoznatljivija na turističkoj karti svijeta. Danas su poznate turske serije koje Vlada nastoji iskoristiti na način da preko njih promovira gastronomiju ali i njihov način života. Zahvaljujući brojnim serijama koje prikazuju ljepote krajolika sve više turista dolazi u Tursku kako bi posjetili popularna mjesta snimanja ili barem vidjeli neke građevine i kuće prikazane u serijama. Uz brojne turiste koji dolaze svake godine, država svakako nastoji povećati promociju i prepoznatljivost pogotovo onih ne tako poznatih mjesta i lokaliteta. Kako velik broj turista ima pozitivne učinke na turizam, tako ima i onih negativnih. Turizam se danas sve više povezuje s ekološkom problematikom. U razvoju destinacije ili atrakcije važno je pronaći ravnotežu između očuvanja prirode i zarade u suvremenom svijetu. Turizam daje mogućnosti da se brojni zaštićeni lokaliteti i atrakcije ekonomski iskoriste. Primarni zadatak svake destinacije je uskladiti rast i razvoj te ublažiti nepovoljno djelovanje turizma i utjecaje. Tu je iznimno važno zaštititi turističke resurse na određeni način kako bi se sačuvali za buduće naraštaje.

U sklopu ovog istraživanja, provedeno je i deskriptivno istraživanje na uzorku od 172 ispitanika. Istraživanje je provedeno anonimno *online* anketom kojom se ispitalo zadovoljstvo turističkim

doživljajem nakon posjeta Turskoj. Na temelju rezultata može se zaključiti da su ispitanici vrlo zadovoljni kulturno-povijesnom baštinom Turske te ponudom kulturnih sadržaja. Prema odgovorima ispitanika Turska bi trebala poboljšati ponudu događaja te prometnu dostupnost, budući da je većina ispitanika navela kako su time izrazito nezadovoljni. Također, nezadovoljstvo je vidljivo i kod odnosa cijene i kvalitete. S druge strane, kulturno-povijesna baština i ponuda kulturnih sadržaja oduševljavaju turiste te iz tog razloga sve više turista posjećuje Tursku. Zaključuje se da je Turska lijepo uređena i poželjna destinacija koja obiluje prirodnim ljepotama i spomenicima te se s razlogom nalazi na vrhu najposjećenijih destinacija svijeta.

5. LITERATURA

1. Bilen, M., Bučar, K.. (2004). Osnove turističke geografije. Zagreb, Mikrorad d.o.o. i Ekonomski fakultet Zagreb
2. Curić, Z., Glamuzina, N., Opačić, V.T. (2013). Geografija turizma. Zagreb, Ljevak d.o.o.
3. Demonja, D. i Gredičak, T. (2015). „Tourism and culture in the function of local economic development“, Podravina: časopis za multidisciplinarna istraživanja, vol.14 (27), 0-0.
4. Furaj.ba. Selimija džamija u Edirnama. (<https://furaj.ba/selimija-dzamiya-u-edirnama/9>). (1.9.2022.)
5. Geić S. (2011). Menadžment selektivnih oblika turizma. Split, Sveučilište u Splitu
6. Hrvatska enciklopedija. Aja Sofija. (<https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=1027>). (1.9.2022.)
7. Hrvatska enciklopedija. Turska. (<https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=62811>). (10.1.2022.)
8. Idea putovanja. Plava džamija-Istanbul. (<https://www.ideaputovanja.hr/hr/atrakcije/turska/istanbul/plava-dzamiya-istanbul>). (10.1.2022.)
9. Jelinčić, D.A. (2009). Abeceda kulturnog turizma. Zagreb, Intermedia
10. Karagoz, M., Sen, A. i Kocyigit, A. (2007). „Utjecajvanjskih poremećaja na turizam: slučaj Turska“, vol. 19 (1), 30–44.
11. Kladarin, B., Grabovac, V., Somek, P. (2021). UNESCO Vodič kroz svjetsku baštinu. Zagreb, Meridijani
12. Pančić Kombol, T. (2006). „Kulturno naslijeđe i turizam“, Radovi Zavoda za znanstveni rad Varaždin, vol. 16-17, 211–226.
13. Poslovni.hr. Turska će za budžet za promociju turizma povećati deset puta. (<https://www.poslovni.hr/hrvatska/turska-ce-budzet-za-promociju-turizma-povecati-deset-puta-358278>). (12.1.2022.)
14. Pun kufer. Veliki Bazar u Istanbulu: Kako „preživjeti“ najveći šoping centar na svijetu.. (<https://punkufer.dnevnik.hr/clanak/veliki-bazar-u-istanbulu-kako-prezivjeti-najveci-soping-centar-na-svijetu---423908.html>). (12.1.2022.)

15. Putolovac. Top 5 znamenitosti o Istanbulu. (<https://www.putolovac.hr/istanbul-top5-zanimljivosti/>). (1.9.2022.)
16. Putovanja. Pamukkale: 5 stvari koje trebate znati o nevjerojatnom čudu prirode. (<https://punkufer.dnevnik.hr/clanak/pammukale-5-stvari-koje-trebate-znati-o-turskom-cudu-prirode---510624.html>). (1.9.2022.)
17. Štifanić, M. (2005). “Sociološki aspekti turizma”, *Društvena istraživanja*, vol. 14 (4-5(78-79)), 807–825.
18. Turističke destinacije Turske. Turizam. (<https://sites.google.com/site/turistickedestinacijeturske123/home/turizam>). (10.1.2022.)
19. Valčić, M. (2018). Turizam i kultura. Zagreb, Naklada Jurčić d.o.o.
20. Via Balkans. Turska. (<http://www.viabalkans.com/hr/turska/>) (8.1.2022.)

6. PRILOZI

POPIS SLIKA

| | |
|--|----|
| Slika 1. Položaj Turske na karti | 9 |
| Slika 2. Aya Sofya | 13 |
| Slika 3. Istanbul | 14 |
| Slika 4. Pamukkale..... | 15 |
| Slika 5. Plava džamija..... | 16 |
| Slika 6. Veliki Bazaar | 17 |

POPIS GRAFIKONA

| | |
|--|----|
| Grafikon 1. Spol ispitanika | 22 |
| Grafikon 2. Dob ispitanika..... | 23 |
| Grafikon 3. Stupanj obrazovanja ispitanika..... | 23 |
| Grafikon 4. Putovanje izvan Hrvatske | 24 |
| Grafikon 5. Učestalost putovanja izvan Hrvatske u svrhu odmora | 25 |
| Grafikon 6. Posjet Turskoj..... | 25 |
| Grafikon 7. Korišteno prijevozno sredstvo | 26 |
| Grafikon 8. Način realizacije posjete Turskoj | 26 |
| Grafikon 9. Broj posjeta Turskoj | 27 |
| Grafikon 10. Motivi dolaska u Tursku..... | 28 |
| Grafikon 11. Zadovoljstvo ispitanika | 29 |
| Grafikon 12. Prepoznatljivost turističkih atrakcija | 30 |
| Grafikon 13. Posjećene turističke atrakcije | 31 |
| Grafikon 14. Čimbenici koji su utjecali na odluku o posjeti Turskoj..... | 31 |

ANKETNI UPITNIK

Kulturno-povijesna baština Turske i njezini

Poštovani/la!

A. OPĆI PODACI

Description (optional)

1. Spol? *

Muško

Žensko

2. Dob? *

18-28

29-39

40-50

51-61

62 i više

3. Stupanj obrazovanja? *

Bez škole

Osnovna škola

Srednja škola

Prediplomski studij

Diplomski studij

B. PODACI VEZANI ZA ZADOVOLJSTVO TURISTIČKIM DOŽIVLJAJEM

Description (optional)

4. Putujete li izvan Hrvatske u svrhu odmora? *

- DA
- NE

5. Koliko često putujete u svrhu odmora u godini dana? *

- 1 godišnje
- 2-5 puta godišnje
- više od 5 puta godišnje

6. Jeste li ikada posjetili Tursku? *

- DA
- NE

7. Kojim ste prijevoznim sredstvom stigli u Tursku? *

- osobni automobil
- autobus
- avion
- plovilo

8. Na koji ste način realizirali posjet Turskoj? *

- individualno
- organizirano (posredstvom turističke agencije)

9. Koliko puta ste do sada bili u Turskoj? *

- 1
- 1-5
- više od 5 puta

10. Koji su bili motivi Vašeg odlaska u Tursku? *

- Odmor
- Zabava i noćni život
- Ljepote zemlje i krajolika
- Kulturni sadržaj
- Vjerski sadržaj
- Sportski sadržaj

- Posjet rodbini i prijateljima
- ostalo

11. Koje ste sve gradove u Turskoj posjetili? *

Long answer text

12. Koja turistička atrakcija Vam se najviše svidjela i zašto? *

Long answer text

13. Molim Vas da zaokružite isključivo jedan odgovor za svako pitanje. Ponuđeno je 5 mogućih *
odgovora, pri čemu ocjena 1 predstavlja izrazito nezadovoljstvo, a ocjena 5 izrazito
zadovoljstvo.

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Klima | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ljubaznost stanovništva | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ljubaznost zaposlenih u turizmu | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Prometna dostupnost | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Događaji | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Suveniri | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Uređenost destinacije | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Parkovi i zelene površine | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kulturno-povijesna baština | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Uređenost i čistoća plaža | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

| | | | | | |
|---------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Uređenost i čistoća plaža | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Očuvanost okoliša | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kulturni sadržaji | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Odnos cijene i kvalitete | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

14. Jeste li čuli za koju od navedenih turističkih atrakcija? (moguće odabrati više odgovora) *

- Aja Sofija
- Bospor
- Palača Dolmabahçe
- Plaža Patara
- Plava džamija
- Veliki Bazar
- Göbekli Tepe

15. Jeste li posjetili koje od navedenih turističkih atrakcija?

- Aja Sofija
- Bospor
- Palača Dolmabahçe
- Plaža Patara
- Plava džamija
- Veliki Bazar
- Göbekli Tepe

16. Kako ste se odlučili da posjetite neku turističku atrakciju? *

- Preporuka prijatelja
- Vlastite želje
- Ostalo

Submit

Clear form