

Народни музеј Ваљево;
Географски институт Јован Цвијић САНУ, Београд

DOI 10.5937/kultura1860252K

УДК 069:005.52

316.7:330.143(497.11)

оригинални научни рад

МУЗЕЈИ И ЕКОНОМСКА ДОБИТ ЗА ОКРУЖЕЊЕ

АНАЛИЗА ЕФЕКТА ПОСЕЋЕНОСТИ НАРОДНОГ МУЗЕЈА ВАЉЕВО НА ЛОКАЛНУ ЕКОНОМИЈУ

Сажетак: Тежиште чланка је постављено на питању: да ли Народни музеј Ваљево својим радом економски доприноси развоју окружења. Да би се одговорило на то питање у два наврата, 2013. и 2017. године, су обављена комплексна истраживања којима је анализирана структура посете музеју, константовани његови приходи, анкетирани представници група које у музеј долазе организовано и интервјуисани руководиоци угоститељских објеката који посетиоцима музеја пружају додатне услуге. Истраживање је показало да музеј представља примарну туристичку атракцију града, основни разлог за долазак већине од око 30.000 туриста годишње, и да они за различите намене у граду потроше више новца (око 25 милиона динара) него што музеј добије из градског буџета (око 20 милиона). Са друге стране, истраживање је указало да апсолутну већину посетилаца музеја чине ученици на екскурзијама, док су други сегменти публице (локално становништво и одрасли туристи) знатно мање заступљени, што може да представља економску опасност у случају турбуленција на тржишту екскурзија.

Кључне речи: музеји, посетиоци, економска добит, профит, локална заједница, Ваљево

Тренутак који на историјској лествици одређује време настанка савремених музеја и одваја их од раније постојећих владарских, великашких и научењачких збирки директно је повезан са процесом демократизације друштва. У складу са

тим данас је усвојен став да иако Лувр није био први јавно отворени музеј, тренутак када је 1793. године ова стара краљевска палата са владарским збиркама проглашена за власништво народа и именована као *Musée de la République*, је узоран у многим погледима, укључујући и демократске мотиве.¹ Тада успостављени демократски карактер музеја се огледао у промени власништва над збиркама и праву народних маса да уживају у њима. Данас, у постколонијалним друштвима улога се сагледава и са сфере економског рационализма,² чиме је проширен и приступ поимању друштвене користи од музејских институција.

Дефинишући појам друштвене користи Гералд Мат закључује да су друштвено корисне „оне мере које служе напредовању друштва у духовном, културном, моралном и нематеријалном смислу”.³ Поред тога што има значајну улогу у развоју и задовољавању културних потреба, савремени музеј, уз друге садржаје окружења, доприноси његовој атрактивности утичући на богатство туристичке понуде. Тиме се улога музеја у друштву, са сфере заштите културне баштине, културе у ширем смислу и образовања, помера ка другим, и то комерцијалним сферама, а да сами музеји и даље остају непрофитне институције. Према Весни Ђукић, за непрофитне институције „као што су музеји, најважније је уметничко остварење, квалитет и успех.”⁴ На немогућност профитног рада музеја указује и Милена Драгићевић Шеших закључујући да су цене музејских улазница „симболичне тј. далеко испод стварне цене коштања”.⁵ Упркос томе, данас се све већа пажња поклања и економским бенефитима од музеја, и то како приходима које музеји сами остварују, тако и приходима које остварују други субјекти пружајући додатне услуге клијентима примарно привученим садржајима музеја.

1 Гоб, А. и Друге, Н. (2009) *Музеологија – историја, развој и савремени изазови*, Београд: *Clio*, стр. 25.

2 Witcomb, A. *Museum meanings*, in: *Re-imagining the Museum- Beyond the Mausoleum* (2003), London: Routledge.

3 Мат, Г., Флац и Ледерер, Ј. (2002) *Менаџмент музеја: уметност и економија*, Београд: *Clio*, стр. 53.

4 Ђукић, В. (2010) *Држава и култура: студија савремене културне политике*, Београд: Институт за позориште, филм, радио и телевизију Факултета драмских уметности, стр. 15.

5 Драгићевић Шеших, М. и Стојковић, Б. (2008) *Култура – менаџмент, анимација, маркетинг*, Београд: *Clio*, стр. 227. И у складу са тим Драган Никодијевић заступа став да се активности музеја не могу тржишно валоризовати, те да се основни „профит” који музеји остварују не „може тражити у сферама финансијског ефекта рентабилности, већ у сферама ефеката утицаја, комуникација и демократизације”; Никодијевић, Д. (2006) *Увод у менаџмент културе*, Београд: Мегатренд, стр. 152-153.

Економски ефекти културне понуде

Приходи које музеји остварују на име посете полако постају све значајнији део музејских финансија којим се растерећују државни и локални буџети.⁶ У складу са тим поједини аутори указују на чињеницу да је посета музејима контрациклична, чиме се појачава значај диверзификованих токова прихода како би се постигла финансијска равнотежа.⁷ Са друге стране потражња за музејским понудама је нееластична, с обзиром да се број посетилаца не смањује драстично приликом повећања цена.⁸ Ипак, ако би се у већој мери ослањали на сопствене приходе, музеји би могли да наиђу на низ проблема. Зато напори да се повећањем посете побољшају музејске финансије, морају бити усмерени у правцу разраде одрживе финансијске стратегије, која подразумева развој односа са свим заинтересованим странама како би се осигурала и социјална и економска стабилност.⁹ При томе мора да се има у виду да и ако се конкуренција у музејском сектору значајно не мења, појављује се све већи број других, нових субјеката који конкуришу како за буџетска средства, тако и за пажњу и време доколице потенцијалне публике.¹⁰

У складу са наведеним новим тенденцијама све су заступљенији захтеви јавном сектору да докаже сопствену вредност кроз демонстрацију фискалне „ефикасности, ефективности и економије”, а мерени кроз низ система мониторинга којима се обезбеђује већа профитабилност.¹¹ То доводи до економског приступа у процени вредности културе који садржи две перспективе. Са једне стране економисти покушавају да одреде вредност различитих аспеката културних садржаја, а пошто те вредности нису намењене обичном тржишту, није могуће одредити њихову тржишну цену. Друго питање који економисти постављају везано је за позитивне ефекте употребе баштине за локалну економију. Инсистирајући на

6 Bowitz, E. and Ibenholt, K. (2009) Economic impacts of cultural heritage: Research and perspectives, *Journal of Cultural Heritage*, vol. 10, no. 1, pp. 1-8.

7 Skinner, S., Ekelund, R. and Jackson, J. (2009) Art museum attendance, public funding, and the business cycle, *American Journal of Economics and Sociology*, vol. 68, no. 2, pp. 491-516.

8 Luksetich, W. and Partridge, M. (1997) *Demand functions for museum services*, *Applied Economics*, vol. 29, no. 12, pp. 1553-1559.

9 Lindqvist, K. (2012) *Museum finances: challenges beyond economic crises*, *Museum Management and Curatorship*, vol. 27:1, pp. 1-15.

10 Morris, M. (2007) *Museum building boom or bust?*, *Museum Management and Curatorship* 22, no. 2, pp. 101-108.

11 Selwood, S. and Davies, M. (2004) *Capital Costs: Lottery Funding in Britain and the Consequences for Museums*, *Curator*, vol. 48, no. 4, pp. 439-465.

економској оправданости инвестиција у културу инсистирају и на мерљивим економским показатељима заснованим не само на директним приходима, већ и на ефектима запослености као и приходовања других субјеката од посетилаца културних садржаја. При том се ови неолиберални економисти неретко и критички осврћу на настојања радника културе да им укажу на различите позитивне ефекте пословања оцењујући их, некада са правом а некада и не, као превеличане.¹²

У складу са оваквим новим очекивањима економски ефекти културе се исказују као директни и индиректни. Директни ефекти су они који долазе директно из јавног финансирања, те се очекује да буџетско инвестирање на повећање капацитета музеја допринесе како отварању нових радних места у самом музеју, тако и повећању прихода од посетилаца. Дакле, директни утицаји се мере кроз продају, додатну вредност или запосленост у оквирима музеја. Са друге стране индиректни ефекти се могу посматрати кроз такозвану споредну потрошњу, односно трошкове које посетиоци културних садржаја имају у окружењу, на храну, смештај, малопродајну робу и сл. (такозвана умножена потрошња). Ово ће повећати приходе за фирме у различитим комерцијалним секторима, а што ће заузврат дати већу запосленост и већи приход локалној економији. Поред тога, довешће и до ефекта мултипликатора и инпуте излаза „другог реда”.¹³ Оваква очекивања музеје све више повезују са сектором туризма, где се од њих очекује да постану атракције које привлаче туристе, а чија посета може да има мерљив економски ефекат.¹⁴ Реализација оваквих очекивања доводи до тога да музеји постају примарне туристичке атракције, а као такви и генератори развоја туризма, али и општег одрживог развоја.

Глобално најпрепознатљивији пример развоја окружења заснованог на постојању музеја везан је за музеј Гугенхајмове фондације у Билбау. Томислав Шола је указао: „Ефекат Гугенхајм музеја у Билбау је био економски мерљив, као и Билбао пре и после музеја”.¹⁵ А разматрајући економску и развојну добит насталу од новог музеја у Билбау, Тауси

12 Bowitz, E. and Ibenholt, K. (2009), нав. дело.

13 Исто.

14 Терзић, А, Бјељак, Ж. и Ђурчић, Н. (2012) Трансформација и ревитализација индустријских градова кроз туризам, *Хотел-линк: часопис за хотелијерство, ресторатерство и гастрономију*, 10, бр. 19/20, стр. 17-24.

15 Шола, Т. (2013) Установе јавне меморије и њихова природа, *Читалиште – научни часопис за теорију и праксу библиотекарства* бр. 22, Панчево – Нови Сад: Градска библиотека Панчево и Филозофски факултет Нови Сад, стр. 5.

наводи да је у изградњу и уређење околине музеја уложено 84,14 милиона евра, а за набавку колекције 48,08 милиона, што укупно износи 132,22 милиона. Само током прве године рада музеј је имао 1,36 милиона посетилаца, од којих је 80% у Билбао дошло искључиво са намером да посете музеј. Током прве две године рада посетиоци музеја су у Билбау потрошили 433 милиона евра, од којих 23,4 у самом музеју, а од остатка, који у односу на укупну суму представља скоро 95%, корист су имали бројни други субјекти у граду и његовом окружењу. Регионалне власти у Баскији вратиле су своје инвестиције у току прве године, са повећањем БДП-а у износу од 144 милиона евра. Све у свему, до 2000. године музеј је овој регији донео приход од 600 милиона евра.¹⁶ Поред тога, захваљујући музеју, али и бројним новим инвестицијама које су накнадно уследиле, знатно је смањена и стопа незапослености у Билбау, која је 1990. износила 25 процената а 2006. је пала на само 4,1 посто.¹⁷

Слични беневити уочљиви су и на примеру музеја Лувр II, који је 2012. године отворен у француском граду Ленсу. После прве године рада, услед велике посете новом музеју, дошло је до отварања нових ресторана, док је годишњи промет у старим градским ресторанима повећан за 25%, а планирано је и отварање нових хотела.¹⁸

Истраживање економских ефеката рада Народног музеја Ваљево

Поред наведених, беневите од рада музеја остварују и други градови широм света,¹⁹ али се постављају питања да ли је то могуће, а ако јесте, да ли је мерљиво у ситуацији која постоји у Србији. На та питања покушаћемо да одговоримо

16 Тауси, Р. (2012) *Економика културе*, Београд: *Clio*, стр. 574

17 Alain, M. (2012) *Louvre-Lens : le musée peut-il être une mine d'emplois?*, Nord Pas de Calais, ca: www.nord-pas-de-calais.france3.fr/2012/12/04/louvre-lens-le-musee-peut-il-etre-une-mine-d-emplois-158095.html, приступ: 25. 06. 2014; према: Кривошејев, В. (2015а) *Музеји као примарне туристичке атракције у функцији општег развоја окружења*, НиТ менаџмент, год. 3 (1), Врњачка Бања: Факултет за туризам и хотелијерство, Врњачка Бања – Универзитет у Крагујевцу, стр. 20-30.

18 Sacchi, V. *Louvre-Lens / Louvre-Paris : le face-à-face*, 19. 04. 2014, in: www.nord-pas-de-calais.france3.fr/2012/12/03/louvre-lens-louvre-paris-le-face-face-157549.html, приступ 25. 06. 2014; према: Кривошејев, В. (2015б) *Luvr Lens – нова парадигма музеја као генератора развоја окружења*, *Култура – часопис за теорију и социологију културе и културну политику*, број 146, Београд: Завод за проучавање културног развојка, стр. 250-263.

19 Видети: Кривошејев, В. (2012) *Музеји, менаџмент, туризам – ка савременом музеју, од теорије до праксе*, Ваљево – Београд: Народни музеј Ваљево и НИП Образовни информатор, стр. 211-214.

презентујући резултате истраживања реализованих у Народном музеју Ваљево у више наврата, а са завршним анкетирањем 2017. године. Циљ истраживања је био да се утврди да ли ваљевски музеј доприноси, и на који начин, економском развоју окружења. У складу са тим постављена је почетна хипотеза да за припаднике одређене тржишне нише туриста из Србије музеј представља атракцију која их мотивише да дођу у Ваљево, где за различите потребе утроше средства која су на годишњем нивоу једнака, ако не и већа, буџетском издавању за рад музеја.

Да би се проверила ова хипотеза било је неопходно да се евидентирају садржаји јавне понуде Музеја, да се региструје број и истражи структура посетилаца, констатују приходи које музеј остварује, и да се обаве истраживања која ће указати на додатне трошкове које посетиоци музеја имају у граду, као и на примарне разлоге њиховог доласка у Ваљево.

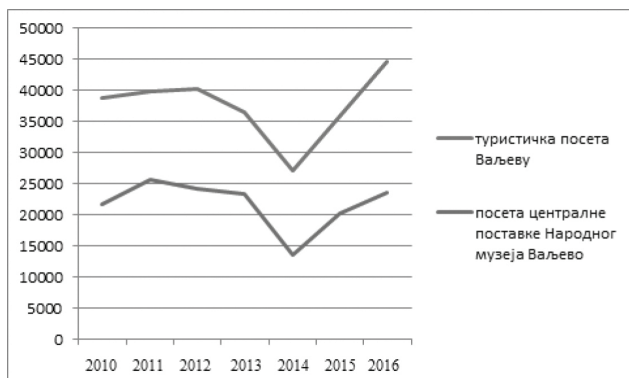
Стални јавни садржаји музеја

Народни музеј Ваљево спада међу најпосећеније музејске институције у Србији са сталним растом посете заснованим на планираном програмском деловању и осмишљеној промоцији. Услед тога је годишњи број посетилаца музејских садржаја у Ваљевоу током релативно кратког периода повећан са 4.500 у 2003, на више од 25.000 посетилаца у 2017. години.²⁰ Имајући на уму да град Ваљево годишње посети између 13.000 и 15.000 регистрованих туриста који остварују ноћења на градској територији (укупно 13.978 посетилаца у 2016. години, од чега 76% домаћих туриста), уз додатних евидентираних 30.393 туриста на подручју туристичког места Дивчибаре (38.305 туриста, у 2017.)²¹ може се закључити да скоро 50% туриста у Ваљевоу посети музеј, чиме се истиче његов значај као кључне атракције града. Трендови раста и туристичке посећености указују на директну узајамну зависност туристичког сектора и рада музеја у Ваљевоу (Графикон 1). А у коликој мери је укупна туристичка посета Ваљевоу зависна од музеја, види се на примеру 2014. године,

20 Видети: Кривошејев, В. (2012) нав. дело; Krivošejev, V. (2018) *Sopstveni prihodi kao Damoklov mač za neprofitne institucije kulture – sa studijom slučaja Narodnog muzeja Valjevo*, *Etnoantropološki problemi*, sv. 2/2018 (n. s. Vol. 13 Is. 2 (2018), Beograd: Odeljenje za etnologiju i antropologiju, Filozofski fakultet Univerziteta u Beogradu, str. 478-488.; Krivošejev, V. (2018) Rezultati marketinških aktivnosti na povećanju broja posetilaca muzeja – studija slučaja Narodnog muzeja Valjevo, *Humanistika – časopis za istraživanja u društvenim i humanističkim naukama*, Vol. II, br. 3 (2018), str. 83-92.

21 Републички завод за статистику Србије, Општински годишњак 2000–2017, доступно на: <http://data.stat.gov.rs>, приступ: 07. 08. 2018.

када је због великих поплава у јеку сезоне екскурзија посета музеју била знатно смањена, што се драстично одразило и на укупну туристичку посету граду.²²



Графикон 1. Однос туристичког промета и посете централне поставке Народног музеја у Ваљевоу (2010–2016); извор: Статистички годишњак Републике Србије 2010–2017,

Народни музеј Ваљево

Ваљевски музеј данас има четири стална садржаја: у центру града централну, комплексну поставку и тематску поставку о Српској револуцији у Муселимовом конаку, на периферији тематску поставку у Кули Ненадовића, а у оквиру Историјског спомен комплекса у Бранковини садржаје посвећене Ненадовићима и Десанки Максимовић. Комплекс у Бранковини је у континуитету активан од 1984. године, с тим што се током протеклих деценија његов садржај сукцесивно развијао. Тематска поставка у Муселимовом конаку отворена је 1995, а 2004. године је допуњена атрактивним садржајем у подруму, као месту заточења ваљевских кнезова Алексе Ненадовића и Илије Бирчанина. Са отварањем овога дела поставке фактички је започео процес ревитализације Музеја, а настављен је отварањем комплексне централне поставке 2007. године, иновацијама у Бранковини 2005. и 2011. и отварањем поставке у Кули Ненадовића 2012. године.

Анализа посећености сталних музејских поставки указала је на постојање великих разлика, како у ваљевском, тако и у другим музејима. Најмање су посећене комплексне поставке, које због општих тема и ефекта већ виђеног имају мањи степен атрактивности. Осетно су посећеније специфичне тематске поставке, због веће атрактивности коју поседује

22 Током целе 2014. у музеју је регистровано 13.614 посетилаца, а у тромесечном периоду пролећне сезоне екскурзија (април–јуни) 6.904, док је у истом периоду претходне 2013. регистровано 16.976 посетилаца (а током целе године 23.440); видети: Кривошејев, В. (2018) нав. дело, стр. 480-481; ту изнети примери указују и на друге падове посете музеју који су се одразили на укупну туристичку посету граду.

неповољиви спецификум одабране теме, а тематски садржаји на отвореном простору су најпосећенији због додатне атрактивности коју носи природно окружење. Међутим, циљаним промотивним мерама могуће је премостити ту разлику, а што је реализовано у ваљевском музеју. Спроведене маркетиншке мере су довеле до даљег повећања посете, али и до изједначавања броја посетилаца централне поставке са тематском поставком у Конаку, с тим што је број посетилаца централне поставке чак и премашио број посетилаца Конака, али је Бранковина остала најпосећенија.²³

Повећање посете, заједно са диверзификацијом садржаја, узроковало је повећање сопствених прихода, од 806.332 динара у 2005, до 9.371.260 динара у 2017. години,²⁴ који су улагани у развој музеја и додатни квалитет и квантитет његових програмских активности, као и у радно ангажовање нових кадрова. Повећани приходи су омогућили запошљавање додатних радника у музеју, 4 у дугорочном ангажману и променљив број сезонски ангажованих (уз 19 буџетски финансираних).²⁵ У складу са праксом редовног извештавања овакви економски ефекти по сам музеј су били лако уочљиви и мерљиви, али је остало отворено питање мерљивости других економских ефеката, индиректних, који се посматрају кроз такозвану споредну потрошњу, од које директну корист од посетилаца музеја имају други пословни субјекти. Да би се дошло до одговора на ово питање у Народном музеју Ваљево су реализована различита повезана истраживања.²⁶

23 Krivošejev, V. and Damjanović, I. (2014) Visits to local museums in Serbia - the average model and programmed exception, *American Journal of Tourism Management*, 3(1B), (april 2014), pp. 26-33; Krivošejev (2018), нав. дело.

24 Народни музеј Ваљево, *Годишњи извештаји о раду*, у Информатор: Извештаји о раду Народног музеја Ваљево у 2013. години: <http://museum.org.rs>, приступ 10. 08. 2018.

25 Кривошејев, В. (2013) Социоекономски допринос музеја – студија случаја Народног музеја Ваљево, у: *Зборник радова, XIV научни скуп са међународним учешћем Синергија 2013*, Бјелјина: Универзитет Синергија, стр. 200.

26 Поред истраживања о којима ће овде бити речи, а усмерених ка посетиоцима који масовно долазе посредством школских екскурзија, 2016. године је реализовано и посебно, везано за мотиве за посету и задовољство појединачних посетилаца: Кривошејев, В. (2017) Анализа резултата анкетања посетилаца Народног музеја Ваљево у августу 2016. године са историографским освртом на посету 1961, *Култура – часопис за теорију и социологију културе и културну политику* број 155, Завод за проучавање културног развитка, Београд, стр. 315-333.

Методологија и прва истражовања

Полазну основу за истраживања представља свеобухватна евиденција свакодневне посете, која се од 2012. године води уз помоћ посебно развијене компјутерске апликације уз помоћ које се, уз неформални интервју – разговор добродошлице, посетиоци региструју у реалном времену, у тренутку или непосредно после уласка у поставке. Ту се региструју информације о времену и природи посете, као и о пореклу и старосној структури посетилаца.²⁷ Подаци из овако формиране базе представљали су основу за додатна истраживања реализована са циљем да се, колико је то у нашим условима могуће, квантификује економска добит окружења. Она су обављена анкетањем, у два наврата, 2013. и 2017. године.

Прво истраживање, усмерено ка евидентирању економских ефеката по окружење, реализовано је током прве половине 2013. године. Том приликом су анкетирани вође или пратиоци скоро свих група које су посетиле поставке у Ваљево. Ова активност је реализована са циљем да се дође до информација да ли, у ком броју, и у којим објектима посетиоци музеја остварују ноћења на територији града Ваљево, и да ли групе које овде не ноће имају у Ваљево неки додатни оброк (по правилу ручак). По завршетку анкетања обављено је и контролно интервјуисање управника угоститељских објеката на које су анкетирани указали као на места смештаја и обедовања. Међутим питање које се са правом постављало после реализације ових истраживања било је везано за примаран разлог доласка у Ваљево групних посетилаца музеја. Наиме, спроведено истраживање није дало одговор на питање да ли посетиоци који се региструју у музеју, а средства троше и у другим субјектима у граду, у Ваљево долазе ради посете музеју, или су примарно мотивисани другим атракцијама.

Како би се одговорило на наведено питање, али и како би се после периода од четири године,²⁸ у одређеној временској серији, проверило и потврдило уочено стање, током 2017. године је реализовано ново истраживање. Овог пута је анкетања вршено током тромесечног периода од 1. априла до

27 Кривошејев, В. и Матић, Ж. (2014) *Компјутерска апликација за евиденцију посетилаца музејских поставки*, VI Научни скуп „Мрежа”, Ваљево-Београд: Пословни факултет Ваљево, Сингидунум универзитет, стр. 56.

28 У наведеном периоду дошло је до извесних промена у посећености музеја, изазваних обавезом спровођења процедуре јавних набавки при организацији екскурзија, а што је током 2014. довело до привременог пада посете. Видети у: Krivošejev, V. (2018) нав. дело.

30. јуна, у време главне, пролећне сезоне екскурзија. И овог пута анкетирани су пратиоци група централне поставке музеја, али је додатно анкета обухватила и Бранковину, где су интервјуисани представници оних група које нису посетиле поставку у Ваљеу. Овом приликом није вршено додатно контролно интервјуисање представника угоститељских објеката. Анкетни листићи су садржали следећа питања: Одакле је група? Шта обилазе од музејских садржаја? Које још атракције обилазе на територији града Ваљева? Колико дана траје екскурзија? Где ноће на територији Ваљева? Где имају додатни оброк? Где ноће ван Ваљева?

Резултати истраживања из 2013. године

Током целе 2013. године у поставкама у Ваљеу регистровано је 23.440, а у Бранковини 27.318 посетилаца. Имајући у виду посете истих група и појединаца различитим садржајима, те године је оквирно 33.000 различитих особа обишло један или више музејских објеката, а на основу њихове посете музеј је приходовао 7.064.775 динара.²⁹ А током прве половине године, од почетка јануара до краја јуна поставке у Ваљеу је обишло 18.909, а у Бранковини је регистровано 22.276 посетилаца, што значи да је неки од музејских садржаја (један или све) обишло више од 26.000 различитих особа. Од њих је, наплатом улазница и продајом меморабилија, музеј приходовао око 4,4 милиона динара. Само 7% посетилаца су били из Ваљева, а осталих 93% су били посетици са стране, туристи и то преваходно ученици на школским екскурзијама (23.239, односно 89%).

Наведена истраживања су указала да су посетиоци музеја у четири хотелска објекта остварили 3.964 регистрованих полупансиона, а у више различитих ресторана више од 6.000 додатних оброка, као и да је по тим основама остварен приход већи од 10,2 милиона динара.³⁰ Ако се има у виду да је током прве половине године, у којој је вршено анкетање, регистровано 79% укупне годишње посете, могло би да се претпостави да је остварени приход угоститељских објеката на нивоу целе године био око 13 милиона динара, ако не и већи, када се има у виду да нису анкетиране оне групе које су биле само у Бранковини, а претпостави да су и неке од тих група користиле ваљевске угоститељске услуге. Поред тога треба да се нагласи да, иако су апсолутно већински посетиоци ваљевског музеја били ученици на екскурзијама,

29 Народни музеј Ваљево, *Годишњи извештаји о раду*, у: Информатор: Извештаји о раду Народног музеја Ваљево у 2013. години: <http://museum.org.rs>, приступ 10. 08. 2018.

30 Krivošejev, V. (2013) nav. delo, str. 198-202.

који се сматрају нискобуџетним туристима, ипак су остварили извесну додатну ванпансионску потрошњу. Тренутно не постоје објективни ефикасни механизми да се ова потрошња измери и финансијски изрази, али је директним увидом у стање на терену уочено да посетиоци музеја одлазе у оближње пекаре³¹ и посластичарнице, на тезге са сувенирима,³² у оближњи забавни парк,³³ кафиће, као и поједине продавнице.³⁴

Ако се има у виду да је током 2013. године град Ваљево из буџета издвојио 20.011.500 динара за финансирање музеја,³⁵ наведени подаци указују да је својим активностима, посредством туриста, музеј омогућио да се у истој години у Ваљево слију средства већа од уложених.³⁶

Посета на годишњем нивоу 2017. године

Анализа података из поменуте компјутерске базе за евиденцију посетилаца указала је да је током целе 2017. године у централној поставци у Ваљево регистровано 25.488, а у Бранковини 30.897 посетилаца.³⁷ Од наплате улазница и продаје меморабилја музеј је остварио 9.371.260 динара сопствених прихода.³⁸ И сада међу посетиоцима апсолутно предњаче организоване групе. Током целе године централну

31 Радници једне од две пекаре које се налазе преко пута музеја током сезоне екскурзија своју дневну прозводњу планирају на основу информација о најваљеним посетама за тај дан, које добијају од радника музеја.

32 Власници покретних, мобилних тезги, своје тезге у време сезоне екскурзија лоцирају испред улаза у музејске објекте.

33 Раднице музеја су својевремено обавестиле аутора овога рада да је власник луна парка самоиницијативно дозвољавао бесплатне возње за њихову децу наводећи да рад музеја знатно доприноси његовом промету.

34 Аутор овога рада је био сведок када су после посете музеју од стране организоване групе одраслих особа, међу којима су доминирале жене, све оне ушле у продавницу ципела преко пута музеја, у којој је у том тренутку била актуелна распродаја, и већина од њих је из продавнице изашла са кесом у руци.

35 Народни музеј Ваљево, наведени извештај за 2013. годину.

36 Наведених најмање 13 милиона динара за угоститељско-хотелијерске услуге, плус нешто више од 7 милиона сопствених прихода које је музеј остварио у 2013, а томе треба додати неизмерен износ за ванпансионске трошкове, који сигурно постоје, што се види и из претходних напомена. Ако у просеку свако од 30.000 годишњих посетилаца са стране потроши само 100 динара, долазимо до претпостављене суме од 3 милиона, а ако претпостављени трошак увећамо на 200 динара, долазимо до 6 милиона.

37 Што је показало да се после периода пада посете, услед обавезности спровођења процедуре јавних набавки од 2014. године, ниво посете вратио на претходни ниво, и чак га превазишао; видети: Krivošević, V. (2018), нав. дело.

38 Народни музеј Ваљево, *Годишњи извештаји о раду*, Информатор: Извештај о раду за 2017. годину.

поставку и конак је посетило 316 различитих група са укупно 21.478 посетилаца. То су углавном били ученици на екскурзијама, и они су чинили 79% укупне посете, док су преосталих 21% чиниле групе одраслих са стране, групе ученика из окружења и појединци, како из окружења тако и из иностранства. На основу приказаних статистичких података из Табеле 1 добијамо генералну слику у којој кључну циљну групу музеја чине домаћи туристи (95%) у организованим групним посетама (84%) и то превасходно састављених од ђачких екскурзија основних школа са апсолутном већином од 74%, који уз пратиоце (7%) и ученике средњих школа (3%) чине основу посете музеју.

	Број посетилаца	%
Укупно	25488	
Групне посете	21478	84%
Појединачне посете	4010	16%
Бр. група	316	
Структура посетилаца		
Предшколци (0-6 година)	236	1%
Ученици основних школа (7-14 година)	18802	74%
Ученици средњих школа (15-18 година)	809	3%
Пратиоци група (26-60 година)	1679	7%
Омладина (19-25 година)	282	1%
Млади (26-35 година)	1265	5%
Одрасли(36-60 година)	2229	9%
Пензионери (преко 60 година)	178	1%
Порекло посетилаца		
Србија	22587	95%
Бивше републике СФРЈ (Словенија, Хрватска, Босна и Херцеговина, Република Српска, Македонија)	810	3%
Остале европске земље	284	1%
Прекооканске посете (САД, Канада, Латинска Америка, Кина, Авганистан, Аустралија)	76	0%
Мешовите групе	44	0%

Табела 1 Посетиоци централне поставке Народног музеја Ваљево, 2017. године; извор: База података апликације за евиденцију посетилаца Народног музеја Ваљево

Исказана посета Народног музеју Ваљево донекле одудара од опште слике посете музејима у Србији уочене у другим истраживањима која су указала на проблеме у привлачењу публике свих категорија, а где је регистрован знатно мањи проценат учешћа најмлађих (као и најстаријих) посетилаца, а уз знатно веће учешће високо-образованих посетилаца средњих година.³⁹ Међутим, то је била слика посете моделу просечно посећеног музеја, која не одговара конкретним примерима оних музеја који имају знатно напросечну посету (у које спада и ваљевски), а коју достижу на основу

39 Мартиновић, Д. (2010) *Музејска публика у Србији: анализа истраживања*, Београд: Завод за проучавање културног развоја.

чињенице да су успели да привуку управо ђачке екскурзије, више него друге категорије посетилаца.⁴⁰

Са друге стране наведено стање је потпуно другачије и од стања уоченог у већини европских земаља где се, уз много већу просечну посету у односу на музеје у Србији, примећује равномернија заступљеност свих старосних категорија, при чему сада деца и омладина достижу око 55% посетилаца музеја,⁴¹ мада је раније стандардну музејску публику чинила старија и образованија популација.⁴²

*Резултати истраживања април
– јуни 2017. године*

У тромесечном периоду, током ког је обављено ново анкетирање, у централну поставку је ушло 56% од укупне годишње посете, односно 14.238 посетилаца, од којих је 12.909 дошло организовано, у 185 група (у просеку 70 посетилаца у једној групи). Анкетне упитнике су попунили представници 106 група (репрезентативност узорка: 57%) које су посетиле централну поставку, а који су довели 7.331 посетиоца, као и 31 представник група које су посетиле искључиво Бранковину. Из одговора на питање које све музејске садржаје посећују види се да су свих 106 група анкетираних у Ваљево посетиле и централну поставку и Конак, само 18 група је обишло и Кулу Ненадовића⁴³ док само 6 група није било у Бранковини.

Што се тиче одговора на питање везано за обилазак других атракција на територији Ваљева, које указује на примаран разлог доласка у град, види се да посетиоци музеја из 85 група (80% од анкетираних) нису обишли ништа друго на

40 Кривошејев, В. (2012) нав. дело, стр. 394 и даље; Кривошејев, В. (2009) *Музеји, публика, маркетинг – сталне музејске поставке и Његова Висост посетилац*, Ваљево: Народни музеј Ваљево.

41 Европска група за музејску статистику (EGMUS) available at: http://www.egmus.eu/en/statistics/data_table/; приступ 07. 08. 2018; Special Eurobarometer 399 – Cultural Access and Participation, available at: http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/archives/ebs/ebs_399_en.pdf; приступ: 07.08. 2018.

42 Farrell, B. and Medvedeva, M. (2010) *Demographic Transformation and the Future of Museums*, Washington DC: American Association of Museums..

43 Кула Ненадовића је отворена у пролеће 2012. године. И поред чињенице да је реч о тематској поставци у отвореном окружењу она још увек није постала развијена и посећена атракција. Разлоге за то можемо тражити у чињеници да и поред активног обавештавања школа и туристичких агенција о њеном постојању, још увек није укључена у планове екскурзија, које се организују по стриктним плановима и рестриктивним временским распоредима.

територији града сем поставки музеја⁴⁴ док су посетиоци из преосталих група обишли и неке друге садржаје, углавном ван градског језгра, пре свега манастир Лелић, где је гробно место Николаја Велимировића, као и манастир Ђелије, где су гробови Јустина Поповића и Илије Бирчанина.

Питања	Централна поставка - Ваљево	Бранковина
Број група	106	31
Број посетилаца у оквиру група	7331	1988
Одакле је група? Регионална припадност	Град Београд (14 група) Војводина (24) Шумадија и Западна Србија (57) Јужна и Источна Србија (9) Босна и Херцеговина (Бјелина) (2)	Град Београд (4) Војводина (6) Шумадија и Западна Србија (10) Јужна и Источна Србија (11)
Шта обилазе од музејских садржаја?	Бранковина и централна поставка са Конаком (88) Бранковина, Централна поставка са Конаком и Кула (12) Централна поставка са Конаком (5) Централна поставка са конаком и Кула (1)	Само Бранковина (31)
Шта додатно обилазе на територији града Ваљева	Ништа више (74) Тешњар (16) Манастир Лелић (14) Модерна галерија (3), Манастир Ђелије (2)	Ништа више (25) Манастир Лелић (1) Тешњар (3) Настава у природи, Дивчибаре (2)
Трајање екскурзије	1 дан (56) 2 дана (43) 3 дана (7)	1 дан (7) 2 дана (16) 3 дана (5) 4 дана (1 - средња школа) 5-7 дана (2 - настава у природи)
Где спавају на територији Ваљева	Хотел Нарцис – 23 групе (1828 ноћења) Хотел Маљен – 5 група (262 ноћења) Хотел Петровевић, Дивчибаре – 1 група (89 ноћења) Одмаралиште Младост, Дивчибаре – 1 група (18 ноћења)	Маљен Дивчибаре - 2 групе (477 ноћења) Нарцис Ваљево - 6 група (475 ноћења) Хотел Пепа - 1 група (260 ноћења) – настава у природи
Где имају додатни оброк	Три липе – 1 (92 особа) Нарцис – 16 (1.149) Јефимија – 5 (365) Златибор – 13 (753) Тајна – 1 (62) Маркова столица - 1 (32) Платани – 5 (397) Код Белог – 2 (109) Интермецо 1 (38) Омни центар 2 (100) Маљен Дивчибаре 1 (40)	Нарцис 1- 55 Дивчибаре – 1 (55) Бранковина, код Белог – 1 (99)
Где спавају ван Ваљева	Бајина Башта; Бања Ковиљача; Тара; Златибор; Суботица, Нови Сад, Бешка, Сомбор, Крупањ, Ниш	Бајина Башта, Нови Сад, Тара, Златибор, Бања Врујци, Нови Сад; Бања Ковиљача

Табела 2 Резултати анкетног истраживања април-јуни 2017;

Извор: резултати анкетног истраживања,

Народни музеј Ваљево, 2017.

Како је већ наглашено, организоване групе посетилаца музеја чине превасходно ђаци на екскурзијама, и они долазе из свих крајева Србије. Више од половине анкетираних група (56%) је до музеја и Ваљева дошло у склопу једнодневне екскурзије, а нешто мање од половине је било на вишедневном путовању. Велики део наведених група на вишедневном путовању (50% њих) су ноћили на територији града Ваљева

⁴⁴ 74 је заокружило одговор: ништа више; 11 је додало и Тешњар, али његов обилазак се искључиво своди на кратку, панорамску шетњу кроз ову стару ваљевску чаршију. Иначе овде је било и дуплираних, вишеструких одговора.

и тако за 3 месеца остварили 2.197 полупансиона.⁴⁵ Са друге стране 48 група, са око 3.487 путника су на територији Ваљева имале један додатни оброк.⁴⁶

За разлику од група које су посетиле музејске садржаје у Ваљеву, где благу већину посете (53%) чине групе на једнодневним екскурзијама, само Бранковину, без обиласка музејских садржаја у Ваљеву, већински обилазе посетиоци на вишедневном пропутовању. То указује на чињеницу да је за већину група које дођу само у Бранковину територија града Ваљева транзитна, на путу ка другом месту или ка локацији преноћишта, с тим што је девет од ових група ноћило на територији града Ваљева, али сходно стриктном временском плану екскурзије нису могле да посете музеј у Ваљеву, углавном због касног доласка и раног наставка пута.⁴⁷ Ове транзитне групе генерално нису имале додатне оброке у Ваљеву.

Закључак

Како из презентованих чињеница може да се види, Народни музеј Ваљево спада међу успешне музеје у Србији. Градско насеље Ваљево има 59.000 становника,⁴⁸ а око 35.000 различитих особа годишње обиђе једну, две, три или све четири различите сталне поставке његовог музеја.⁴⁹ Од тога броја око 30.000 њих су посетиоци са стране, ван Ваљева. Овај успех музеја, који га знатно издваја изнад просечног музеја у Србији, је заснован на лидерству на тржишту ђачких екскурзија. Наиме, од 25.488 посетилаца регистрованих то-

45 Наведених 2.197 полупансиона су реализовали посетиоци из 106 анкетираних група. Ако се узме у обзир да у истом проценту од 28% на територији Ваљева преноће и посетиоци из преосталих 79 група које нису анкетирани, то би значило да је остварено и додатних 1.400 полупансиона (20 група са просечних 70 путника), а укупно око 3.600, што је нешто мање од укупних око 4.000, колико је регистровано 2013. године током шестомесечног анкетирања.

46 Када се ови подаци упореде са истим из 2013. године (3.964 полупансиона и више од 6.000 obroka) мора да се има у виду да је 2013. године анкетирање трајало од јануара до краја јуна, а сада од априла до краја јуна, што није од великог значаја будући да је пре априла долазак посетилаца са стране симболичан, али је зато важнија чињеница да је 2013. анкетирани скоро стопостотни узорак, а 2017. репрезентативни узорак од 57%. То нас наводи на претпоставку да је током сезоне екскурзија 2017. године у Ваљеву број додатних obroka био сличан оном из 2013. године.

47 Једна група није била на екскурзији, већ на вишедневној настави у природи на Дивчибарима, и Бранковину је посетила при повратку.

48 Само градско насеље Ваљево, по попису становништва из 2011. године има 59.073, а са сеоским залеђем 90.312 житеља

49 У складу са тим укупна збирна годишња посета свих садржаја музеја је већа од 100.000. посетилаца.

ком целе 2017. године само у једној поставци, централној, комплексној, домаћи туристи чине 95% посете, и то организовани у групе (84%), превасходно састављене од ученика основних школа (74%). Све то указује да је музеј значајна туристичка атракција ваљевског краја у сфери своје образовне функције.

Економски ефекат који музеј сам остварује је финансијски видљив и мерљив: током 2017. године од улазница и продаје меморабилја је приходовано 9.371.260 динара (7 милиона у 2013). Ти сопствени приходи се, између осталог користе и за дугорочно, додатно, мимо буџета, упошљавање 4 радника, као и променљивог броја краткорочно, сезонски ангажованих (из буџета се финансира 19 радних места).

Истраживања су показала да више од 80% анкетираних посетилаца музеја⁵⁰ на територији града Ваљево није обишло ништа друго сем музејских садржаја, што указује да је за њих музеј не само примарна туристичка атракција већ и једина разлог доласка у Ваљево.

Овим је потврђена хипотеза да Народни музеј Ваљево представља примарну туристичку атракцију града, али ипак готово искључиво само за једну категорију туриста, тј. туристичку нишу ђачких екскурзија. За све припаднике ове тржишне нише музеј је основна, а за већину и једина атракција која их мотивише да дођу у Ваљево.

Захваљујући оваквом позиционирању музеја, велику корист од његовог рада имају и многи други, пре свега угоститељски ресурси, који су само у 2013. години од посетилаца музеја остварили приход већи од 13 милиона динара (на основу више од 4.000 полупансиона и више од 6.000 посебних obroка). Када се збирној суми сопствених прихода музеја (9 милиона у 2017) и прихода регистрованих у угоститељству (13 милиона евидентираних у 2013) дода и нерегистрована, али реална ванпансионска потрошња, колико год да је мала по појединцу (али сигурно у збиру већа од 3 милиона динара) видимо да је сума коју је музеј својим радом унео у Ваљево осетно већа од суме која се из градског буџета издваја за годишње финансирање рада музеја (20 милиона и у 2013. и у 2017). У складу са тим можемо са сигурношћу да тврдимо да је ваљевски музеј током протекле деценије постао генератор економске добити за своје окружење и покретач развоја градског и културног туризма. Кључни економски ефекти рада музеја по његово окружење виде се у

50 85 група од 106 анкетираних група са 7.331 посетиоцем; током анкетног периода регистровано укупно 185 група са 12.909 посетилаца.

активностима услужног сектора – хотела и ресторана на територији града Ваљева, које на организован начин обезбеђују пословање посредством туристичких агенција као реализатора ђачких екскурзија.

Са друге стране, и поред евидентних успеха у привлачењу школских екскурзија, када је реч о индивидуалним посетиоцима и пре свега о домицилном становништву, али и организованим групама одраслих, и код ваљевског музеја, као и код других музеја у Србији се уочава наставак „кризе публике”. Ова криза, изазвана је модерним начином живота и постојањем широког спектра савремених медија који представљају конкуренцију за провођење времена доколице, на штету посете програмима и сталним културним садржајима који се организују у локалној средини, а који својим квалитетом превазилазе уобичајене видове забаве. У складу са тим мора се већа пажња усмерити на привлачењу других „секундарних” сегмената музејске публике, посебно из саме локалне средине, при чему треба посебно insistирати, на домену културолошког и образовног развоја и подизања квалитета живота локалне заједнице. При том, треба водити рачуна да су за локално становништво „како не би нестало интересовање за музеј, а и да би се охрабрили за поновну посету” уз сталне садржаје од кључног значаја променљиви изложбени и други повремени програми.⁵¹

Поред тога, неходно је да се укаже пажња и потенцијалним претњама по овакво, евидентно успешно, пословање. Ваљевски музеј, као и други натпросечно посећени музеји у унутрашњости Србије, своје пословање, са економског аспекта, ослања готово искључиво на ђачке екскурзије. Зато је зависан од актуелних трендова образовне политике и образовних програма. Могло би да се постави питање: „Шта би се догодило са музејима када ђачке екскурзије не би биле део основног образовања или када би се традиционални програми ђачких екскурзија значајно променили?” Поред тога, поставља се и питање шта би се догодило када би се оваква туристичка посета привремено или трајно преусмерила у неки други регион?⁵² У том смислу би дошло до значајних флукуација у финансијским релацијама музејског

51 „Са друге стране, туристи ће ваш музеј вероватно посетити само једном у животу. Зато је за њих битна стална изложбена поставка која презентира приче о окружењу музеја чиме даје додатне вредности атракцијама дестинације”: McManus, G. (2006) *Community facility or tourism product – Managing the multiple identities of a small museum*; <http://intercom.museum/documents/2-2McManus.pdf>, приступ 10. 08. 2018.

52 О другој врсти претњи, везаних за краткотрајну недоступност дестинације управо у тренуцима главног шпица сезоне екскурзија видети у: Krivošejev, V. (2018) нав. дело.

пословања, те би се вероватно одрживост рада музеја базирала искључиво на локалним буџетским издвајањима, уз мање пројектно финансирање и донације. С друге стране, кумулативни ефекти од туристичког промета који се огледају у искоришћености смештајних капацитета и услужног сектора би се драстично смањили што би се одразило и на локалну економију.

ЛИТЕРАТУРА:

Alain, M. (2012) *Louvre-Lens : le musée peut-il être une mine d'emplois?*, Nord Pas de Calais, ca: www.nord-pas-de-calais.fr/2012/12/04/louvre-lens-le-musee-peut-il-etre-une-mine-d-emplois-158095.html, приступ 25. 06. 2014.

Bowitz, E. and Ibenholt, K. (2009) Economic impacts of cultural heritage : Research and perspectives, *Journal of Cultural Heritage*, vol. 10, no. 1, pp. 1-8.

Гоб, А. и Друге, Н. (2009) *Музеологија – историја, развој и савремени изазови*, Београд: *Clio*.

Драгићевић-Шешић, М. и Стојковић, Б. (2008) *Култура – менаџмент, анимација, маркетинг*, Београд: *Clio*.

Ђукић, В. (2010) *Држава и култура: студија савремене културне политике*, Београд: Институт за позориште, филм, радио и телевизију Факултета драмских уметности.

Европска група за музејску статистику (EGMUS) available at: http://www.egmus.eu/en/statistics/data_table/; приступ 07. 08. 2018.

Кривошејев, В. (2009) *Музеји, публика, маркетинг – сталне музејске поставке и Његова Висост посетилац*, Ваљево: Народни музеј Ваљево.

Кривошејев, В. (2012) *Музеји, менаџмент, туризам – ка савременом музеју, од теорије до праксе*, Ваљево – Београд: Народни музеј Ваљево и НИП Образовни информатор.

Кривошејев, В. Социокономски допринос музеја – студија случаја Народног музеја Ваљево, у: *Зборник радова, XIV научни скуп са међународним учешћем Синергија 2013*, (2013), Бјељина: Универзитет Синергија, стр. 198-202.

Krivošejev, V. and Damjanović, I. (2014) *Visits to local museums in Serbia - the average model and programmed exception*, *American Journal of Tourism Management*, 3(1B), (april 2014), pp. 26-33.

Кривошејев, В. и Матић, Ж. Компјутерска апликација за евиденцију посетилаца музејских поставки, у: *Зборник радова са 6. научне конференције са међународним учешћем Мрежа, тема: Примена информационих технологија – изазови и визије*, (2014), Ваљево: Пословни факултет Ваљево – Универзитет Сингидунум, стр. 53-59.

Кривошејев, В. (2015а) *Музеји као примарне туристичке атракције у функцији општег развоја окружења*, *HiT менаџмент*, год. 3 (1), Врњачка Бања: Факултет за туризам и хотелијерство, Врњачка Бања – Универзитет у Крагујевцу, стр. 20-30.

Кривошејев, В. (2015б) *LuvrLens – нова парадигма музеја као генератора развоја окружења*, *Култура – часопис за теорију и социологију културе и културну политику* број 146, Београд: Завод за проучавање културног развоја, стр. 250-263.

Кривошејев, В. (2017) *Анализа резултата анкетања посетилаца Народног музеја Ваљево у августу 2016. године са историографским освртом на посету 1961.*, *Култура – часопис за теорију и социологију културе и културну политику* број 155, Београд: Завод за проучавање културног развоја, стр. 315-333.

Krivošejev, V. (2018) *Sopstveni prihodi kao Damoklov mač za neprofitne institucije kulture – sa studijom slučaja Narodnog muzeja Valjevo*, *Etnoantropološki problemi*, sv. 2/2018 (n. s. Vol. 13 Is. 2 (2018)), Београд, Оделjenje за етнологију и антропологију, Филозофски факултет Универзитета у Београду, стр. 478-488.

Krivošejev, V. (2018) *Rezultati marketinških aktivnosti na povećanju broja posetilaca muzeja – studija slučaja Narodnog muzeja Valjevo*, *Humanistika – časopis za istraživanja u društvenim i humanističkim naukama*, Vol. II, br. 3 (2018), стр. 83-92.

Lindqvist, K. (2012) *Museum finances: challenges beyond economic crises*, *Museum Management and Curatorship*, vol. 27:1, pp. 1-15.

Luksetich, W. and Partridge, M. (1997) *Demand functions for museum services*, *Applied Economics*, vol. 29, No. 12, pp. 1553-1559.

Мартиновић, Д. (2010) *Музејска публика у Србији: анализа истраживања*, Београд: Завод за проучавање културног развоја.

Мат, Г. Ф. и Ледерер, Ј. (2002) *Менаџмент музеја : уметност и економија*, Београд: *Clio*.

Morris, M. (2007) *Museum building boom or bust?*, *Museum Management and Curatorship* 22, no. 2, pp. 101-108.

McManus, G. (2006) *Community facility or tourism product – Managing the multiple identities of a small museum*, in: <http://intercom.museum/documents/2-2McManus.pdf>, приступ 10. 08. 2018.

Народни музеј Ваљево, *Годишњи извештаји о раду*, у Информатор: www.museum.org.rs, приступ 10. 08. 2018.

Никодијевић, Д. (2006) *Увод у менаџмент културе*, Београд: Мегатренд.

Републички завод за статистику Србије, *Општински годишњак 2000–2017*; доступно на: <http://data.stat.gov.rs>, приступ: 07. 08. 2018.

Sacchi, V. *Louvre-Lens / Louvre-Paris : le face-à-face*, 19. 04. 2014, in: www.nord-pas-de-calais.france3.fr/2012/12/03/louvre-lens-louvre-paris-le-face-face-157549.html, приступ 25. 06. 2014.

Skinner, S., Ekelund, R. and Jackson, J. (2009) *Art museum attendance, public funding, and the business cycle*, American Journal of Economics and Sociology, vol. 68, no. 2, pp. 491-516.

Selwood, S. and Davies, M. (2004) *Capital Costs: Lottery Funding in Britain and the Consequences for Museums*, Curator, vol. 48, no. 4, pp. 439-465.

Special Eurobarometer 399 – Cultural Access and Participation, available at: http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/archives/ebs/ebs_399_en.pdf; приступ: 07. 08. 2018.

Тауси, Р. (2012) *Економика културе*, Београд: *Clio*.

Терзић, А., Бјељац, Ж. и Ђурчић, Н. (2012) *Трансформација и ревитализација индустријских градова кроз туризам*, Хотел-линк : часопис за хотелијерство, ресторатерство и гастрономију, 10, бр. 19/20, стр. 17-24.

Farell, B. and Medvedeva, M. (2010) *Demographic Transformation and the Future of Museums*, Washington DC: American Association of Museums.

Шола, Т. (2013) *Установе јавне меморије и њихова природа*, Читалиште – научни часопис за теорију и праксу библиотекарства бр. 22, Панчево – Нови Сад: Градска библиотека Панчево и Филозофски факултет Нови Сад, стр. 3-9.

Witcomb, A. (2003) *Museum meanings*, in: *Re-imagining the Museum – Beyond the Mausoleum* Ed., London: Routledge.

Vladimir Krivošejev and Aleksandra Terzić
National museum, Valjevo
Geographical Institute *Jovan Cvijić* SASA, Belgrade

MUSEUMS AND ECONOMIC GAIN FOR THE
COMMUNITY

ANALISYS OF VISITATION EFFECTS
OF THE NATIONAL MUSEM VALJEVO ON
THE LOCAL ECONOMY

Abstract

The National Museum of Valjevo is located in a municipality inhabited by about 59,000 people. Taking into account that at least one of its four thematic exhibitions has been visited by about 35,000 visitors, in groups or individually, and that accordingly, it has had about 100,000 visits annually, this museum is among the most successful museums in Serbia. The main focus of this study is based on the question: Do museum visitors generate economic gain for the wider local community? In order to answer this question, in 2013 and 2017 a research was conducted in order to analyse, in time series, the structure of visitors, sum of income, and the distribution of economic resources in the local community. The survey was conducted among representatives of visitor groups. Additionally, managers of accommodation facilities which provide services for visitors were interviewed. The research showed that the largest number of museum visitors were pupils (children) from various towns in Serbia, during their school excursions (over 74.5% in 2017). For most of them, visiting the museum was primal motivation and for 80% of them the only reason for visiting Valjevo municipality. In 2017, these visitors brought a total income to the museum of over nine million Serbian dinars, which allowed for the employment of additional workers (four permanent and several seasonal workers, in addition to the nineteen permanent staff financed from the state budget). On the other hand, some of the museum visitors spent additional 13 million dinars (based on over 4,000 half-board hotel services and about 6,000 additional meals organized in Valjevo). This supports the fact that the total visitor spending in the town (accounting museum income, hotel and restaurant services, with additional spending) has overcome the amount of public investments in the museum, allocated from the local administration. However, the research also indicated the problem of extreme participation of excursion pupils (elementary school children) with 75% share, compared to other visitor profiles (locals, students and adult groups). This can become serious economic threat, based on the fact that the excursion market in Serbia (tourism related) is rather turbulent.

Key words: *museum, visitors, economic benefit, profit, local community, Valjevo*