

TURISTIČKO VREDNOVANJE MANIFESTACIJA GRADA DUBROVNIKA

Ivšić, Dolores

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Karlovac University of Applied Sciences / Veleučilište u Karlovcu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:128:340276>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-23**



VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
Karlovac University of Applied Sciences

Repository / Repozitorij:

[Repository of Karlovac University of Applied Sciences - Institutional Repository](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJ

VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
POSLOVNI ODJEL
PRIJEDIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ UGOSTITELJSTVA

Dolores Ivšić

**TURISTIČKO VREDNOVANJE MANIFESTACIJA GRADA
DUBROVNIKA**
ZAVRŠNI RAD

Karlovac, 2024.

Dolores Ivšić

TURISTIČKO VREDNOVANJE MANIFESTACIJA GRADA DUBROVNIKA

Evaluation of Manifestations in Tourism of Dubrovnik City

ZAVRŠNI RAD

Veleučilište u Karlovcu

Poslovni odjel

Stručni studij Ugostiteljstva

Kolegij: Turističko vrednovanje kulturne baštine

Mentor: dr.sc. Silvija Vitner Marković, prof.struč.stud.

Matični br. studenta: 0618621003

Karlovac, 2024.

ZAHVALA

Ovom prilikom, zahvalila bih se dr. sc. Silviji Vitner Marković na prihvaćenom mentorstvu, ukazanoj pomoći, te na prenesenom znanju tijekom mog školovanja. Zahvalila bih se svojim ostalim profesorima i profesoricama na prenesenom znanju. Hvala mojoj majci Danijeli koja mi je uvijek bila motivator, što me uvijek bodrila i tješila. Kako je i sama nedavno završila fakultetsko obrazovanje uz posao te petero djece, bila je moj najveći uzor. Njoj bih se uvijek obratila kada bih bila uznemirena oko ispita. Hvala mome ocu Igoru koji mi je omogućio svakodnevno putovanje na predavanja, prepustivši mi svoj auto te financirajući gorivo. Hvala mome dečku Antoniu što je uvijek bio tu za mene, trudeći se motivirati me. Hvala mu za nesebičnu ljubav i strpljenje. Hvala ostatku moje obitelji što su također bili velika podrška. Hvala mojoj baki Paulini koja je s nestrpljenjem zajedno sa mnom iščekivala rezultate svakog ispita. Također bih se zahvalila svojim kolegama tokom studija, što su učinili studiranje zabavnim i lakšim.

SAŽETAK

Predmet ovog rada je turističko vrednovanje manifestacija grada Dubrovnika.

Analiza predstavljena u ovom radu bavi se valorizacijom manifestacija koje se odražavaju na području grada Dubrovnika iz turističke perspektive. U radu je razrađen teorijski i praktični istraživački problem. Analizirana je atraktivnost manifestacija koje se održavaju na području grada, prema kriteriju razvijenosti. Analizirane su vrste manifestacija sa stupnjem atraktivnosti.

Ključne riječi: turistička valorizacija, manifestacije, grad Dubrovnik

SUMMARY

The topic of this paper is „Touristic Evaluation of Events in the City of Dubrovnik“.

The analysis presented in this paper deals with the value of events held in the area of Dubrovnik from a tourist perspective. The paper elaborates on both theoretical and practical research problems. The attractiveness of events held in the area is analyzed according to the criterion of development. The types of events are analyzed based on their level of attractiveness.

Keywords: tourist valorization, events, city of Dubrovnik

SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1. Predmet i cilj rada	1
1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja	1
1.3. Struktura rada	1
2. KONCEPCIJA TURISTIČKE VALORIZACIJE	2
2.1. Pojam turističke valorizacije	2
2.2. Ciljevi turističke valorizacije.....	2
2.3. Kriteriji turističke valorizacije	3
3. POJMOVNO ODREĐENJE MANIFESTACIJA I MANIFESTACIJSKI TURIZAM	6
3.1. Pojam, obilježja, vrste manifestacija	6
3.2. Manifestacijski turizam	11
4. TURISTIČKA VALORIZACIJA MANIFESTACIJA	13
4.1. Kriterij valorizacije i evaluacije	14
5. ODABRANI SLUČAJ - GRAD DUBROVNIK	17
5.1. Prirodni resursi	18
5.2. Kulturni resursi.....	20
5.2.1. Nepokretna materijalna baština	20
5.2.2. Pokretna materijalna baština	22
5.2.3. Nematerijalna kulturna baština	23
5.3. Manifestacije.....	24
5.4. Turistički promet grada Dubrovnika u razdoblju od 2019. do 2023. godine	25
6. MANIFESTACIJE NA PODRUČJU GRADA DUBROVNIKA I NJIHOVA VALORIZACIJA	30
7. Zaključak	37
Literatura	
Popis ilustracija	

1. UVOD

1.1. Predmet i cilj rada

Predmet ovog rada je turističko vrednovanje manifestacija grada Dubrovnika. Cilj rada je analizirati turističku valorizaciju odabranih manifestacija grada Dubrovnika.

1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja

Prilikom izrade korištena je stručna literatura vezana uz područje turizma i manifestacija te službene web stranice Turističke zajednice grada Dubrovnika.

Za izradu rada korištena je metoda prikupljanja sekundarnih podataka, to jest provedeno je istraživanje za stolom. Od znanstvenih metoda korištena je deskriptivna metoda, metoda analize i sinteze te metoda kompilacije.

1.3. Struktura rada

Rad je podijeljen u 7 poglavlja. Rad započinje uvodom u kojem su navedeni predmet i cilj rada, izvori podataka i metode prikupljanja, kao i struktura rada. U drugom poglavlju objašnjena je koncepcija turističke valorizacije kroz pojam valorizacije, njene ciljeve i kriterije. U trećem poglavlju govori se o teoriji manifestacija i manifestacijskom turizmu, također o njegovom pojmu, obilježjima i vrstama manifestacija. U četvrtom poglavlju objašnjena je turistička valorizacija manifestacija kao i njeni kriteriji. U petom poglavlju govori se o gradu Dubrovniku te su navedeni prirodni i kulturni resursi, turistički promet grada u razdoblju od 2019. godine do 2023. godine. U šestom poglavlju navedene su manifestacije koje se održavaju na području grada, tabličnim prikazima kroz razdoblje od 5 uzastopnih godina, odnosno od 2019. godine do 2023. godine. Sedmo poglavlje rada podrazumijeva zaključak.

2. KONCEPCIJA TURISTIČKE VALORIZACIJE

2.1. Pojam turističke valorizacije

Valorizacija predstavlja najznačajniju fazu u planiranju prostornog razvoja turizma jer ima svrhu objektivno vrednovati vrijednost svih turističkih resursa na promatranom području. Postojanje i atraktivnost resursa u turističkoj destinaciji posebno su važni za razvoj promatranog područja ne samo u turističkom aspektu, već i u ekonomskom, kulturnom, socijalnom i ekološkom. Međutim treba uzeti u obzir da istinska valorizacija turističkih resursa ovisi prije svega o turistu, odnosno o njegovoj subjektivnoj percepciji i procjeni atraktivnosti resursa koji su usmjereni na zadovoljenje njihovih potreba.¹ Postupak turističke valorizacije podrazumijeva kvalitativnu i kvantitativnu procjenu vrijednosti turističkih resursa. Resursi najviše vrijednosti mogu očekivati najvišu turističku potražnju, iz tog razloga takvim resursima, prilikom razvoja turističke ponude, daje se prioritet. Prema Svjetskoj turističkoj organizaciji, ona predstavlja procjenu odnosno utvrđivanje vrijednosti turističkih atraktivnosti, te kroz njih turisti mogu zadovoljiti svoju turističku potrebu. Ishod turističke valorizacije nije samo zadovoljenje potreba turističke potražnje i ostvarivanje profita, već i očuvanje tih resursa od pretjerane eksploatacije kako bi oni ostali prikladni za daljnji razvoj.

2.2. Ciljevi turističke valorizacije

Turistička valorizacija može se promatrati kao dio turističke politike s obzirom da postupak turističke valorizacije zahtjeva koordinaciju aktivnosti između organizacija i asocijacija koje djeluju na području destinacije. Da bi proces turističke valorizacije bio uspješan, potrebno je postaviti ciljeve koji se nastoje ostvariti provedbom turističke valorizacije.

Ciljevi koji se nastoje ostvariti provedbom turističke valorizacije su:²

- procjena turističke vrijednosti svih pojedinačnih objekata nekog prostora,
- procjena obujma turističkih posjeta,
- procjena mogućnosti investicijskih aktivnosti,
- zaštita prostora u kojemu se želi razvijati turizam,

¹ Anglevska-Nadjeska, K.: Significance and influence of management in tourism and hospitality, Faculty of Tourism, Center of Scientific Research, Ohrid, 2005

² Vitner Marković, S., Cegur Radović, T., Varičak, I.: Priručnik za provođenje istraživanja stavova posjetitelja manifestacija, Veleučilište u Karlovcu, Karlovac, 2023.

- razvoj organizacijske strukture turizma kojom će se definirati odgovornost pojedinih anketara za daljnju valorizaciju
- razvoj marketinških planova i strategija koji će valorizirane resurse predstaviti na turističkom tržištu.

Ciljevi turističke valorizacije trebaju se uskladiti s ciljevima turističke politike određenog prostora. Nužnost stvaranja turističke politike proizlazi iz turizma kao globalne pojave, njegove kompleksnosti i utjecaja na mnogobrojna područja i sektore. Turistička politika je skup smišljenih i koordiniranih akcija različitih organizacija i asocijacija uključenih u stvaranje turističkog proizvoda, usmjerenih na postizanje odgovarajućih učinaka.³ Kreiranje turističke politike vrši javni sektor to jest nacionalne, regionalne i lokalne organizacije, te su one zadužene za strateško planiranje turizma. Proces turističke valorizacije može započeti i privatni sektor ako prepozna da bi pojedini resursi mogli dobiti tržišnu vrijednost.

2.3. Kriteriji turističke valorizacije

Elementi koji se tretiraju kao kriterij turističke valorizacije su brojni i raznoliki. Mnogi od elemenata spadaju u opseg utvrđivanja atraktivnosti geografskog položaja, ali najviše ispravan pristup utvrđivanja elemenata temelji se na integralnosti i interdisciplinarnosti. U postupku turističke valorizacije nužna je sistematizacija i gradacija više elemenata koji su podloga za donošenje zaključaka nakon provedenog istraživanja turističkog potencijala.

Primarni elementi turističke valorizacije su:⁴

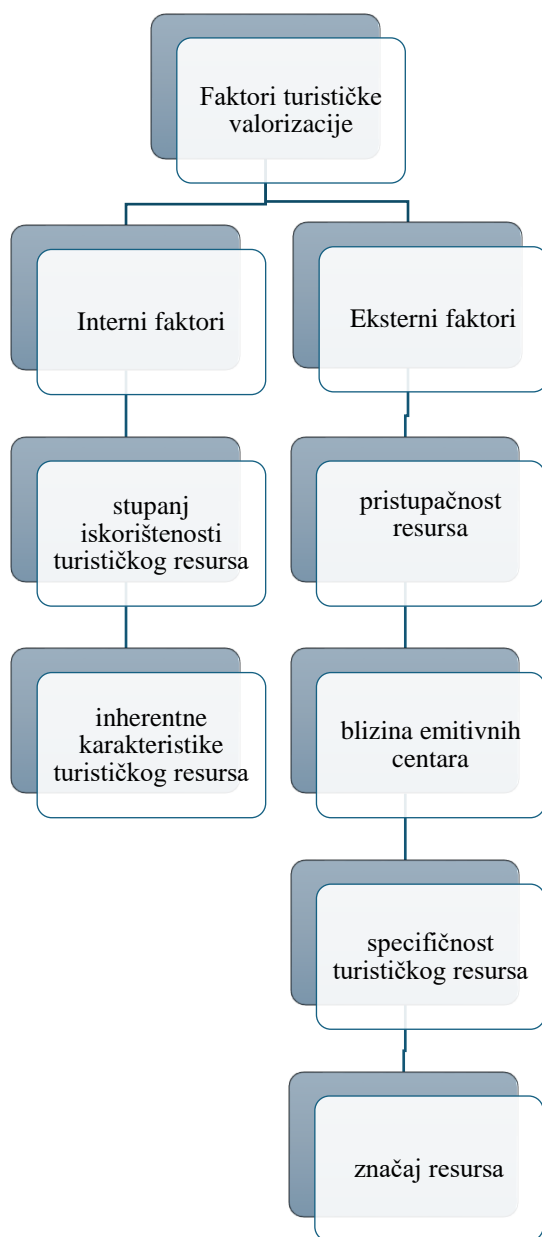
- atraktivnost resursa
- geografski položaj
- udaljenost od najbliže razvijene turističke regije.

Osim primarnih elemenata, veliki utjecaj imaju i ostali elementi u koje spadaju razvijenost prometne infrastrukture, kvaliteta smještajnih kapaciteta i ostalih objekata te kvaliteta i obujam dopunskih sadržaja i usluga.

³ Čavlek, N., Vukonić, B.: Riječnik turizma, Masmedia, Zagreb, 2001

⁴ Vitner Marković, S., Cegur Radović, T., Varičak, I.: Priručnik za provođenje istraživanja stavova posjetitelja manifestacija, Veleučilište u Karlovcu, Karlovac, 2023.

Slika 1 Osnovna podjela faktora turističke valorizacije prema UNWTO-u



Izvor: vlastita izrada autora prema: Anglevska-Najdeska, K.: *Valorisation and Management of the tourist resources – A Condition for Sustainable Tourism Development*, *Quaestus Multidisciplinary Research Journal*, Ohrid, March 2012, str. 89-91

Prema svjetskoj turističkoj organizaciji postoje dvije vrste faktora valorizacije, interni i eksterni odnosno unutarnji i vanjski. Unutarnji čimbenici ukazuju na specifične karakteristike i vrijednosti svakog turističkog resursa pojedinačno. Ti čimbenici s jedne strane odnose se na razinu korištenja resursa u turizmu (urbanizacija, infrastruktura, oprema i turističke usluge), a s druge strane na karakteristične osobine turističkih resursa, među kojima su atraktivne osobine resursa koje se temelje na njihovoj turističkoj vrijednosti. Vanjski čimbenici sastoje se od elemenata koji omogućuju korištenje turističkih resursa određenog područja i odnose se na dostupnost resursa koja je izražena kroz odgovarajuću infrastrukturu koja omogućuje pristup resursima, blizinu mrežnih centara ili izvora potražnje što utječe na intenzitet turističkih kretanja prema resursima, specifične turističke resurse što se određuje usporedbom s drugim resursima iste vrste i značajem tih resursa.⁵ Treba uzeti u obzir da turisti različito percipiraju turističke vrijednosti bi se iz tog razloga njihovo mišljenje trebalo prihvatiti kao korektivne nalaze, koje će stručnjaci provesti u postupku turističke valorizacije na pravilan način.

⁵ Anglevska-Najdeska, K.: Valorisation and Management of the tourist resources – A Condition for Sustainable Tourism Development, Quaestus Multidisciplinary Research Journal, Ohrid, March 2012, str. 89-91

3. POJMOVNO ODREĐENJE MANIFESTACIJA I MANIFESTACIJSKI TURIZAM

Manifestacije su značajan segment ponude i motiv dolaska turista u destinaciju. Smatra se da su one stare koliko i čovječanstvo. U prošlosti su se one vezale uz organizirane plemenske svečanosti odnosno priče i pjesme koje su se prenosile generacijama. Čovjek oduvijek ima potrebu da se druži, zabavlja, te na poseban način obilježava bitne događaje u životu. Pojam manifestacija podrazumijeva rituale, proslave, predstave, koje se planiraju ili stvaraju unaprijed kako bi se obilježili posebni događaji te isto tako postigli društveni i kulturni ciljevi. S vremenom, u novije doba, kako raste broj stanovnika, napreduje ekonomija, tako dovodi do nastanka različitih vrsta manifestacija. Manifestacije se razvijaju jako brzo, te su utjecajnije na turizam. Tome uvelike doprinose i društvene mreže kao što su Instagram, Facebook, Tik Tok i slično, zahvaljujući tome što se na društvenim mrežama sve brzo širi.

3.1. Pojam, obilježja, vrste manifestacija

Manifestacije čine turistički proizvod neke destinacije te one mogu biti osnovni motiv dolaska posjetitelja u destinaciju (kao primarna turistička atrakcija pojedine destinacije), ali mogu, također, služiti kao dodatan sekundaran sadržaj prilikom posjete. Manifestacije se mogu definirati s aspekta organizatora te s aspekta potrošača. S aspekta organizatora one su specijalne manifestacije koje predstavljaju jedinstvene, periodične događaje koji se odvijaju izvan uobičajenih programa ili aktivnosti organizacije koja ih sponzorira ili organizira. S aspekta potrošača to su specijalne manifestacije koje predstavljaju priliku za odmor, zabavu, društveno ili kulturno iskustvo koje je izvan uobičajenog okvira.⁶

Dionici⁷ manifestacija su ljudi i skupine koji imaju udjel u nekoj manifestaciji, a to uključuje sve skupine koje na neki način sudjeluju u njenoj proizvodnji, sponzore, donatore sredstava, predstavnike zajednice i slično.

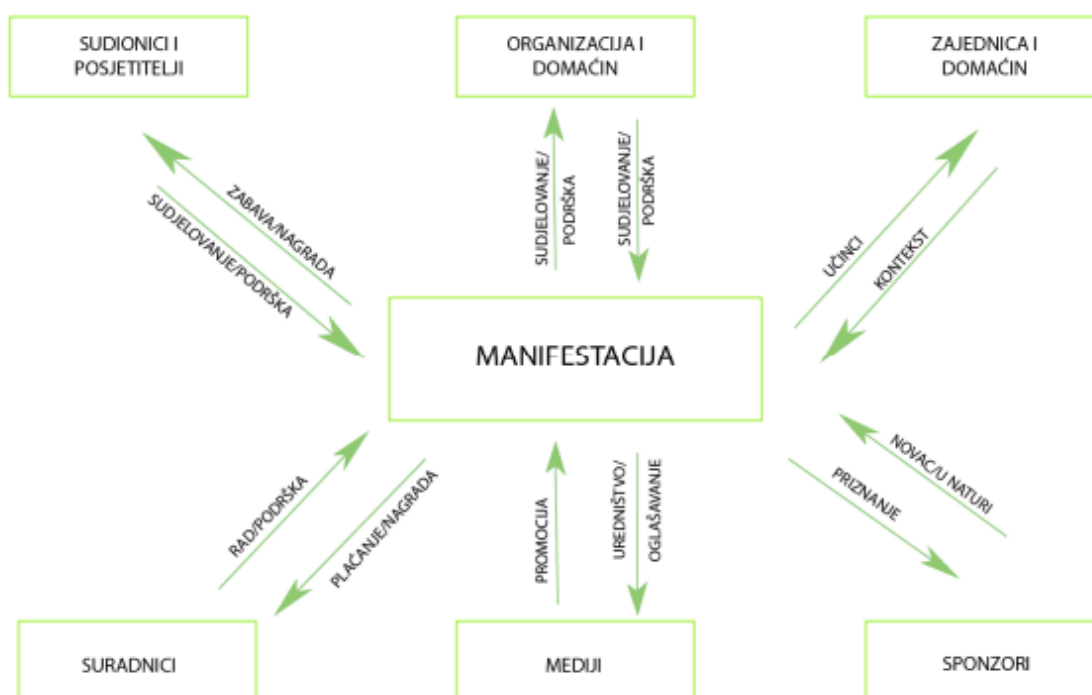
⁶ Vitner Marković, S.; Cegur Radović, T.; Varičak, I.: Priručnik za provođenje istraživanja stavova posjetitelja manifestacija. Karlovac: Veleučilište u Karlovcu, 2023, str. 24

⁷ Dionici manifestacija, https://www.zpuiz.hr/fileadmin/dokumenti/novosti/2016/160229_3_dionici.pdf, (pristupljeno 24.06.2024.)

S obzirom na to dionike možemo podijeliti na primarne i sekundarne. U primarne dionike spadaju zaposlenici, volonteri, sponzori, dobavljači, gledatelji, posjetitelji te sudionici. Oni su važni jer bez njihove potpore manifestacije ne bi postojale.

U sekundarne dionike spadaju vlada, hitna služba, mediji, turističke organizacije te zajednica-domaćin. Njihova uloga nije toliko važna jer se manifestacije mogu održati i bez njihove potpore.

Slika 2 Dionička karta



Izvor: Istarska regionalna energetska agencija,
https://www.zpuiz.hr/fileadmin/dokumenti/novosti/2016/160229_3_dionici.pdf,
 (pristupljno 13.07.2024.)

Neka od obilježja manifestacija:⁸

- predstavljaju jedinstveno životno iskustvo posjetitelja ovisno o vrsti
- potreba su visoka financijska ulaganja s ciljem financijske održivosti
- održavaju se u kratkom vremenskom periodu s koncentriranim sadržajima
- potrebna su dugotrajna i pažljiva planiranja
- uglavnom se održavaju jednom godišnje, ali se mogu ponoviti tijekom godina

⁸ Van Der Wagen, L., Carlos B. R.: Upravljanje događajima = Event Management: za turistička, kulturna, poslovna i sportska događanja, Mate, Zagreb, 2008., str. 2

- visoki rizik, posebno financijski i sigurnosni.

Manifestacije se mogu promatrati i kao usluge, u skladu s time njihova obilježja su sljedeća:⁹

- pružanje i konzumiranje usluge manifestacija su nedjeljive kategorije, što znači da se one odvijaju u isto vrijeme, te je nemoguće odvojiti trenutak pružanja od trenutka korištenja usluga manifestacija
- zbog njihove kompleksnosti izrazite su varijacije u njihovoj kvaliteti
- neopipljive su te iz tog razloga ne mogu biti u ničijem posjedu
- specifične su i različite te ih je iz tog razloga zahtjevno vrednovati
- nije ih moguće proizvesti pa uskladištiti to jest one su neuskладиštive.

Manifestacije se mogu promatrati prema geografskom obuhvatu s kojeg posjetitelji dolaze, te one mogu biti:¹⁰

- međunarodne, svjetske, regionalne, europske i slično
- državne, regionalne, općinske, lokalne.

Postoje različiti načini za klasificiranje manifestacija. Manifestacije se često dijele prema veličini, obliku i sadržaju.¹¹ Takva podjela prikazana je u tablici 1 u nastavku.

Tablica 1 Manifestacije prema veličini, formi i sadržaju

MANIFESTACIJE	PREMA VELIČINI	PREMA FORMI I SADRŽAJU
	lokalne manifestacije	festivali
	glavne manifestacije	sportska događanja
	Hallmark manifestacije	poslovna događanja ili MICE industrija
	mega manifestacije	

Izvor: vlastita izrada autora prema: Browding, G., Allen, J., O'Toole W., Harris, R., McDonnell, I.: Events Management, 2nd edition, John Wiley & Sons Australia Ltd, Milton, Australia, 2006

⁹ Vitner Marković, S., Cegur Radović, T., Varičak, I.: Priručnik za provođenje istraživanja stavova posjetitelja manifestacija, Veleučilište u Karlovcu, Karlovac, 2023.

¹⁰ Ibid

¹¹ Browding, G., Allen, J., O'Toole W., Harris, R., McDonnell, I.: Events Management, 2nd edition, John Wiley & Sons Australia Ltd, Milton, Australia, 2006, str. 16

Manifestacije prema veličini klasificiraju se kako slijedi u nastavku.

Lokalne manifestacije mogu se naći u svakom mjestu i gradu. Mnoge zajednice kreiraju događaje i festivale te ciljaju na lokalno stanovništvo. One proizvode efekte kao što su buđenje osjećaja ponosa zajednice, te osjećaja pripadnosti. Takve manifestacije pomažu ljudima steći nova iskustva, potiču ih na sudjelovanje u sportskim aktivnostima.

Glavne manifestacije privlače velik broj posjetitelja te tako ostvaruju značajan ekonomski učinak.

Hallmark manifestacije su zapravo karakteristične, tradicionalne manifestacije. Te manifestacije su identificirane s duhom određenog mjesta. One su razvijene da bi se povećala privlačnost i profitabilnost te svjesnost turističke destinacije.

Mega manifestacije odnose se na najveće i najznačajnije događaje, te b i one trebale privući iznimno velik broj posjetitelja. Obično govorimo o Olimpijskim igrama, Svjetskim, sajmovima i drugim velikim sportskim događajima. Mega događaji su ti koji donose izuzetno visoke razine turizma, medijskog praćenja, prestiža te ekonomskog utjecaja za zajednicu, domaćina, mjesto ili organizaciju.¹² Manifestacije prema formi i sadržaju se klasificiraju kako slijedi u nastavku.

Festival je javna, tematska proslava. Moguće ih je kreirati iz postojećeg programa događanja. Omogućavaju destinaciji da ostvari publicitet te privuku posjetitelje.

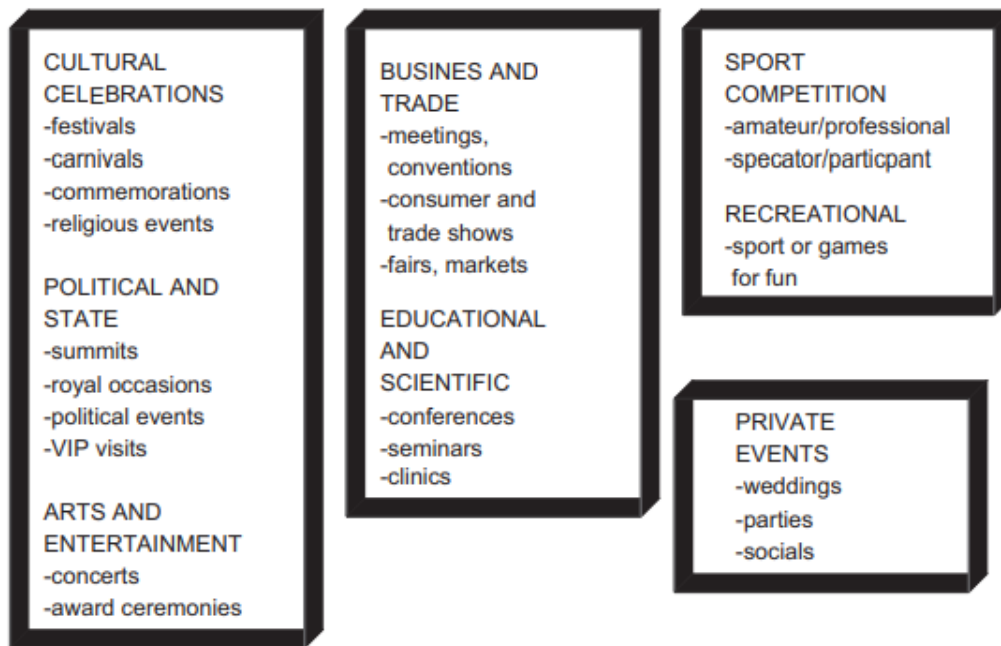
Sportska događanja su najstarija ljudska aktivnost koja ima bogatu tradiciju. Često su prvi plan većine marketinških strategija i programa zbog sposobnosti privlačenja posjetitelja, medijske pažnje te ekonomskih učinaka. Pružaju zadovoljstvo te zabavu gledatelja.

MICE industrija uključuje događaje poslovnog karaktera.

Manifestacije se mogu definirati i kao planirani i neplanirani privremeni događaji. Neplanirane mogu biti javne i privatne. Planirani događaji su pojave koje već unaprijed imaju određen početak i kraj. U nastavku slijedi slika 3 koja prikazuje m manifestacije kao planirane privremene događaje.

¹² Getz D.: Event Studies, Theory, Research and Policy for planned Events, Elsevier Ltd. 2007., str. 25

Slika 3 Manifestacije kao planirani privremeni događaji



Izvor: Getz, D.: *Event Tourism: Definition, Evolution and Research*, Tourism Management, Haskayne School of Business, University of Calgary, 2500 University Ave. N.W., Calgary, Alberta, Canada T2N 1N4, 200, str. 404.

Kako raste značaj industrije manifestacija javlja se potreba za proučavanjem njihovih učinaka.

Održavanje manifestacija može ostaviti pozitivne i negativne učinke na društvo i destinaciju, a utječu na kulturni socijalni, ekonomski, ekološki i politički aspekt. Na primjer neki od pozitivnih učinaka mogu biti izgradnja ponosa u lokalnoj zajednici i širenje kulturnih vidika dok neki od negativnih utjecaja mogu biti otpor lokalne zajednice prema turizmu te gubitak, autentičnosti. Potrebno je pratiti učinke manifestacija i znati njima upravljati. Slika 4, koja slijedu u nastavku detaljnije prikazuje pozitivne i negativne učinke manifestacija.

Slika 4 Učinci manifestacija

Učinci manifestacija	Pozitivni Učinci	Negativni Učinci
Društveni i kulturni	<ul style="list-style-type: none"> - dijeljenje iskustava - revitalizacija tradicije - izgradnja ponosa u lokalnoj zajednici - rast sudjelovanja lokalne zajednice - uvođenje novih i izazovnih djela - širenje kulturnih vidika 	<ul style="list-style-type: none"> - otuđenje u zajednici - manipulacije lokalnom zajednicom - negativni imidž zajednice - loše ponašanje - uništavanje/narušavanje razvojnih resursa - društvena nejednakost - gubitak gostoljubivosti
Fizički i ekološki	<ul style="list-style-type: none"> - promocija zaštite okoliša - osiguravanje modela najbolje prakse - rast ekološke svijesti - poboljšanje infrastrukture - poboljšanje transporta i komunikacija - urbana transformacija i obnova 	<ul style="list-style-type: none"> - ekološka oštećenja - onečišćenja - uništavanje nasljeđa - buka - prometna zagušenja
Politički	<ul style="list-style-type: none"> - međunarodni prestiž - poboljšani imidž - promocija investicija - društvena kohezija - razvoj administrativnih vještina 	<ul style="list-style-type: none"> - rizik od lošeg uspjeha - loša alokacija sredstava - gubitak pouzdanosti - promidžba - gubitak vlasničke kontrole lokalne zajednice - potvrda ideologije
Turistički i ekonomski	<ul style="list-style-type: none"> - promocija destinacije i povećani broj posjetitelja - produženi broj dana boravka - viši prinosi - povećani porezni prihodi - poslovne prilike - povećane komercijalne aktivnosti - stvaranje radnih mjesta 	<ul style="list-style-type: none"> - otpor lokalne zajednice prema turizmu - gubitak autentičnosti - šteta za reputaciju - eksploatacija - inflacija - rast oportunitetnih troškova - loš financijski menadžment - gubitci u novcu

Izvor: Bowdin, G., McDonnell, I., Allen, J., O'Toole, W. (2010) *Events Management 3rd edition*. Oxford: Butterworth-Heinemann, str. 81.

3.2. Manifestacijski turizam

Manifestacijski turizam je izraz koji se koristi za sve oblike turističkog prometa motiviranog organizacijom raznih događaja, a uključuje posjete svim planiranim događanjima koja imaju turističku svrhu i čine dio atrakcijske osnove određene destinacije.¹³ On se odnosi na putovanja zbog prisustvovanja specifičnim događajima kao što su koncerti, festivali ili neki sportski događaji. Ti događaji imaju značajan ekonomski učinak na destinaciju. Manifestacijski turizam obuhvaća i posjete povijesnim mjestima, kulturnim događajima i drugim atrakcijama koje su povezane s nekim događajem. Za unapređenje destinacije i privlačenje turista ključnu ulogu

¹³ Grzinic J., Vojnovic N.: Sustainable event tourism: Case study city of Pula, Croatia, UTMS Journal of Economics, University of Tourism and Management, Skopje, str. 54-55

imaju razvoj i promocija događaja. Manifestacijski turizam potiče ekonomski rast, potiče otvaranje novih radnih mjesta te omogućuje turistima da iskuse različite kulture kao i destinacije te doprinosi očuvanju prirodnih resursa. Manifestacije imaju važnu ulogu u turizmu jer ispunjavaju potrebe turista za jedinstvenim iskustvima. Manifestacijski turizam koji obuhvaća glazbene, sportske, vjerske, gastronomske, umjetničke događaje čini značajan dio turističke ponude. Razlog zašto turističke zajednice promoviraju i organiziraju različite događaje je taj što ti događaji ukoliko su uspješni mogu privući velik broj posjetitelja, potaknuti domaći rast, poboljšati lokalnu infrastrukturu te osigurati radna mjesta. Manifestacijski turizam obuhvaća četiri kategorije događaja, a to su specijalizirani, participativni, kulturni te veliki međunarodni događaji. Specijalizirani događaji uključuju aktivnosti koje su povezane s umjetnošću, hranom, pićem, poslom i tako dalje. Na primjer međunarodne izložbe, tečajevi plesa, lokalne poljoprivredne tržnice. Participativni događaji poput maratona i utrka privlače sudionike diljem svijeta. Kulturni događaji kao Oktoberfest privlače posjetitelje svojom jedinstvenošću. Veliki sportski događaji poput Olimpijskih igara, Lige prvaka, Svjetskog prvenstva u nogometu, prenose se globalno te privlače milijune gledatelja donoseći značajne prihode destinacijama domaćima. Ukoliko manifestacije mogu privući posjetitelje te produžiti njihov boravak, one imaju turističku vrijednost. One mogu zadržati ljude i njihov novac u destinaciji te ih potaknuti da ponovo posjete destinaciju, a to doprinosi većoj potrošnji. Kako bi razvoj manifestacija bio uspješan potrebno je razumjeti navike turista kako domaćih tako i stranih. Manifestacije imaju ekonomske funkcije poput stvaranja atrakcija, animacija, promocije određene destinacije, te poboljšanje imidža same destinacije. Ciljevi manifestacija su razvoj infrastrukture, ostvarivanje profita, kreiranje imidža destinacije, jedinstveno iskustvo posjetitelja, povećanje potražnje izvan sezone te marketing destinacije. Vrlo je važno planirati sredstva, upravljati troškovima te eliminirati potencijalne negativne učinke. Manifestacije pomažu razvoju nerazvijenih područja tako što potiču putovanja izvan velikih turističkih središta. One mogu održati turizam za vrijeme niske potražnje te produžiti turističku sezonu. Na taj način rješava se problematika sezonalnosti, potiču se javna i privatna ulaganja u infrastrukturu, razvoj destinacije te privlače i zadržavaju posjetitelji.

4. TURISTIČKA VALORIZACIJA MANIFESTACIJA

Prema Svjetskoj turističkoj organizaciji, turistička valorizacija je procjena ili utvrđivanje vrijednosti turističkih atraktivnosti. Kroz te atraktivnosti, turisti mogu zadovoljiti svoju turističku potrebu koja može biti kulturna ili rekreativna. Postupak turističke valorizacije podrazumijeva kvalitativnu i kvantitativnu objektivnu procjenu vrijednosti turističkih resursa. S obzirom da postupak turističke valorizacije zahtjeva koordinaciju aktivnosti između organizacija i asocijacija koje djeluju na području destinacije, ona se može promatrati kao dio turističke politike. Provedbom turističke valorizacije nastoje se ostvariti određeni ciljevi.

Ciljevi koji se nastoje ostvariti provedbom turističke valorizacije:¹⁴

- procjena turističke vrijednosti svih pojedinačnih objekata nekog prostora,
- procjena obujma turističkih posjeta,
- procjena mogućnosti investicijskih aktivnosti,
- zaštita prostora u kojem se želi razvijati turizam,
- razvoj organizacijske strukture turizma kojom će se definirati odgovornost pojedinih aktera za daljnju valorizaciju, tu je ključna suradnja javnog i privatnog sektora
- razvoj marketinških planova i strategija koji će valorizirane resurse predstaviti turističkom tržištu.

Svjetska turistička organizacija identificira dvije vrste faktora valorizacije odnosno interne i eksterne. Interni faktori označavaju specifična svojstva i vrijednosti turističkog resursa, dok eksterni faktori označavaju elemente koji omogućavaju korištenje resursa na danom prostoru. Primjer eksternih faktora su pristupačnost resursa odnosno prometna infrastruktura, blizina emitivnih centara i slično. Svjetska turistička organizacija ima model turističke valorizacije manifestacija (objektivnih faktora) koji se dijeli na pristupačnost lokaliteta to jest prometnu povezanost, signalizaciju, udaljenost lokaliteta u odnosu na glavne turističke zone destinacija, stupanj iskorištenosti lokaliteta to jest kapacitet nosivosti lokaliteta, izgled lokaliteta, dostupnost turističkih usluga u lokalitetu te inherentne karakteristike lokaliteta to jest arhitektonska, povijesna i umjetnička vrijednost lokaliteta. Taj postojeći model turističke valorizacije ima prednosti i nedostatke. Njegova detaljna klasifikacija kriterija omogućuje procjenu utjecaja lokacije održavanja određene manifestacije na njenu turističku privlačnost.

¹⁴ Vitner Marković, S.; Cegur Radović, T.; Varičak, I.: Priručnik za provođenje istraživanja stavova posjetitelja manifestacija. Karlovac: Veleučilište u Karlovcu, 2023, str. 32

Međutim, model ne obuhvaća dovoljno kriterije za valorizaciju materijalnih resursa, kao što su tradicija i baština, koji su ključni za kulturne manifestacije. Iako trenutni model Svjetske turističke organizacije nije potpuno prikladan, on može poslužiti kao osnova za razvijanje sveobuhvatnijeg modela koji bi se mogao primijeniti na različite kulturne manifestacije.

4.1. Kriterij valorizacije i evaluacije

Valorizaciju treba izvršiti prije i poslije održavanja manifestacije kako bi ona bila potpuna, objektivna, a time i svrsishodna, te dobivene podatke odnosno rezultate usporediti. Na takav način dobije se prava slika vrijednosti manifestacije. Postoji niz okvirnih kriterija koji se koriste u evaluacije i analizi valorizacije. Oni obuhvaćaju financijski plan, ljudske resurse, kapacitete, medije, programske i lokacijske faktore, iskustvo i menadžment, kao i tehničku podršku te kvalitetu potrebnih dopunskih usluga.¹⁵ Evaluacija omogućuje povremeno ocjenjivanje efikasnosti, efektivnosti, utjecaja, održivosti i značaja projekta ili manifestacija u odnosu na postavljene ciljeve, te ona procjenjuje u kojoj su mjeri ti ciljevi i zadaci ostvareni.

Kriterije evaluacije možemo podijeliti na kriterije prije i poslije održavanja manifestacija.

Kriteriji evaluacije prije održavanja manifestacija bili bi:¹⁶

- mogućnost za uspjeh i potencijalni rizici
- usklađenost s postojećim vrijednostima i njihova održivost
- vrijeme održavanja (u sezoni/ izvan sezone, kontinuirano/ povremeno)
- ukupne financijske potrebe
- potencijalni sponzori
- očekivana razina podrške lokalne zajednice i društva u cjelini
- kadrovski kapaciteti
- potencijalne prednosti lokacije/mjesta/regije
- povezanost s imidžom/ brendom destinacije
- mogućnost za povećanje prestiža destinacije
- benefiti za domaće sudionike
- potencijalni ekološki utjecaji

¹⁵ HRVATSKA RIJEČ, <https://www.hrvatskarijec.rs/vijest/A28956/Turisticka-valorizacija-manifestacija/>, (pristupljeno 10.08. 2024.)

¹⁶ Ibid

- predviđen broj sudionika, posjetitelja/turista i medijskih predstavnika
- potencijalni ekonomski utjecaji i efekti
- utjecaj medija
- mogućnost za razvoj infrastrukture, suprastrukture
- potencijalna povezanost s drugim manifestacijama ili događajima.

Kriteriji evaluacije poslije održavanja manifestacija: ¹⁷

- financijski rezultati(dobit/gubitak)
- ekonomski utjecaji i efekti na destinaciju (domaćih i stranih)
- broj sudionika, posjetitelja i turista (domaćih i stranih)
- ostvareni broj noćenja i iskorištenost kapaciteta
- prosječna potrošnja po gostu i analiza cijena
- efekti medijske pokrivenosti
- stavovi lokalne zajednice i društva u cjelini
- zadovoljstvo sponzora
- kreativnost i učinkovitost organizatora
- ekološki utjecaj
- socio-kulturni utjecaji na domicilno stanovništvo
- postignuti stupanj prestiža i imidža destinacije
- buduća upotreba novoizgrađene infrastrukture i suprastrukture te kapaciteta
- potencijali za organizaciju budućih manifestacija
- analiza svih zabilježenih problema i prijedloga.

Pri valorizaciji manifestacija ključno je uzeti u obzir i turističke aspekte, odnosno utjecaj atraktivnih prirodnih resursa i antropogenih resursa na manifestaciju. Za razliku od ostalih evaluacijskih kriterija, ovi aspekti ne mogu biti standardizirani niti se može dati opća ocjena. To predstavlja paradoks, jer upravo ti faktori značajno doprinose turističkoj atraktivnosti manifestacije. Također je bitno procijeniti njihov odnos s prirodnim i antropogenim turističkim vrijednostima. Manifestacije koje su snažno povezane s ovim elementima značajno doprinose turističkoj ponudi destinacije. S druge strane, one manifestacije koje ne uspiju iskoristiti povezanost često pate zbog loše organizacije, nedostatka interesa lokalne zajednice ili

¹⁷ Ibid

neadekvatne infrastrukture. Ključni elementi za valorizaciju uključuju nivo opremljenosti, povezanost s turističkim vrijednostima, prometnu povezanost i atraktivnost destinacije.

Zadovoljstvo posjetitelja manifestacije, ključan je turistički doživljaj. Ono uključuje interakciju s lokalnom zajednicom i drugim posjetiteljima, ključno je za procjenu ukupnog turističkog doživljaja. Istraživanje stavova posjetitelja o kvaliteti manifestacije pomaže u ocjenjivanju njenog životnog ciklusa i pridonosi atraktivnosti destinacije. Povećanje kvalitete i inovativnosti programa igra ključnu ulogu u zadržavanju interesa posjetitelja i dugoročnom uspjehu manifestacije.

5. ODABRANI SLUČAJ - GRAD DUBROVNIK

Dubrovnik je smješten na krajnjem jugu Hrvatske, na obali Jadranskog mora. Upravno je središte Dubrovačko-neretvanske županije ulazi u najvažnija povijesna i turistička središta u zemlji. Grad se nalazi pod brdom Srđ te ga se još popularno naziva i „biser Jadrana“. Površina grada iznosi 142,6 kilometara kvadratnih. Prema zadnjem popisu, ukupno stanovništvo iznosi 41 562 stanovnika. Dan grada održava se 3. veljače kao Festa Svetog Vlaha. Dubrovnik je na UNESCO-vu listu Svjetske kulturne baštine uvršten 1979. godine. Uvršten je kao srednjovjekovni grad koji je u 13. stoljeću postao značajnom pomorskom velesilom, te unatoč razornom potresu koji se dogodio 1667. godine, uspio je očuvati svoju gotičku, renesansnu i baroknu arhitekturu.¹⁸

Slika 5 Dubrovnik na geografskoj karti



Izvor: Dubrovnik.in, <https://www.dubrovnik.in/hr/#dubrovačko-područje>, (pristupljeno 11.08.2024.)

Dio bogate spomeničke baštine su povijesna jezgra grada sa Stradunom, Kneževim dvorom, Crkvom sv. Vlaha, Palačom Sponza, Orlandovim stupom te zanimljive povijesne crkve, katedrale i gradske uličice. Dubrovnik je riznica i muzej sam po sebi koji je do danas uspio

¹⁸ Središnja izložba Dubrovnik i UNESCO, <https://www.dumus.hr/hr/kulturno-povijesni-muzej/novosti/sredisnja-izlozba-%E2%80%98dubrovnik-i-unesco%E2%80%99,745.html>, pristupljeno (11.08. 2024.)

sačuvati sve povijesne građevine i njezine ljepote, brojne barokne, renesansne i romaničke crkve i palače koje su važan dio turističke ponude i predstavljaju nezaobilazna mjesta koja svakako treba posjetiti.¹⁹

5.1. Prirodni resursi

Iznad privlačnih plaža duž dubrovačke obale protežu se krška područja s vrlo malo obradive zemlje. Obale otoka krasi vapnenačke stijene i crnogorične šume. Na području Dubrovnika vlada mediteranska klima te ona donosi velik broj sunčanih dana, čak od 111 do 116 godišnje, tople temperature te oborine krajem jeseni ili početkom zime. Ono što predstavlja izazov za poljoprivredu na ovom području jesu sušna ljeta, no ona su pogodna za uzgoj vinove loze, maslina i agruma. Bogata flora i fauna ističe otoke. Arboretum u Trstenom objedinjuje vegetaciju hrasta medunca, alepskog bora, čempresa, makije te priobalnih stijena. Zaštićen i krajolik Rijeke Dubrovačke i rijeka Ombla, te dva prirodna spomenika – Gromačka i Močiljska špilja uključeni su u prirodne ljepote koje krasi grad.²⁰ Neke od ljekovitih bilja ovog područja su kadulja, majčina dušica, lovor i lavanda. Lokrum je dom 800 različitih biljnih vrsta te stanište za 150 vrsta ptica. On je pod UNESCO-ovom zaštitom te je zaštićen kao poseban rezervat šumske vegetacije.

¹⁹ Ibid

²⁰ Dubrovačka razvojna agencija, https://dura.hr/get/kulturna_bastina_turizam/64988/odrzivi_turizam_na_sirem_podrucju_grada_dubrovnika.html, (pristupljeno 14.08. 2024.)

Slika 6 Arboretum Trsteno



Izvor: ABSOLUTE CROATIA, <https://www.absolute-croatia.com/dubrovnik/parks-beaches/arboretum-trsteno>, (pristupljeno 11.08.2024.)

Slika 7 Lokrum



Izvor: Meet Dubrovnik, <http://www.meetdubrovnik.com/hr/obilazak-dubrovnik-okolica/izlet-otok-lokrum.html>, (pristupljeno 11.08.2024.)

5.2. Kulturni resursi

Posebno se ističe Stari grad sa gradskim zidinama i tvrđavama, koji je proglašen UNESCO-
vim zaštićenim kulturnim dobrom. Prema registru kulturnih dobara Republike Hrvatske ,
Dubrovnik broji oko 403 kulturna dobra.

5.2.1. Nepokretna materijalna baština

Nepokretna materijalna baština obilježena je dobrima koji su pod UNESCO-
vom zaštitom kao što su gradske zidine te Stari grad. Zidine su okružene tvrđavama Mičeta, Bokar, Sv. Ivan i Revelin. Pored zidina stoji i samostalna tvrđava Lovrijenac. Unutar zidina nalaze se crkve, samostani i katedrale u kojima se čuvaju relikvije svetaca. Od sakralnih objekata u Dubrovniku se nalaze: Crkva i groblje sv. Mihajla, Crkva sv. Ivana Krstitelja, Crkva sv. Lazara, Ladanjski kompleks s crkvom sv. Križa, Crkva sv. Vlaha na Gorici, Crkva Domino, Crkva sv. Josipa, Crkva sv. Roka, Crkva sv. Luke, Crkva Navještenja, Katedrala Gospe Velike, Crkva sv. Vlaha, Crkva sv. Sebastijana, Crkva sv. Spasa Crkva sv. Nikole, Crkva Gospe od Karmena, Crkva sv. Margarite, Crkva Preobraženja Kristova, Crkva Navještenja s kapčelom Gospe Lurdske, Crkva Gospe od Milosrđa, Crkva sv. Ane, Ljetnikovac Dražić s kapelicom- Biskupija, Crkva sv. Jakova na Pelinama, Kompleks Dominikanskog samostana s crkvom sv. Križa, Crkva sv. Ignacija, Isusovački kolegij (Collegium Ragusinum) i arheološki ostatci crkve sv. Lucije, Samostan Male braće s crkvom sv. Frana, Dominikanski samostan s crkvom sv. Dominika, Samostan i crkva sv. Marije od Kaštela, Kompleks samostana sv. Katarine Sijenske, Benediktinski samostan s crkvom sv. Jakova na Višnjici, Crkva Rozario i bratimska kuća, Crkveno grobišni kompleks Tri crkve.²¹ Na Stradunu se nalazi Orlandov stup koji je simbol slobodnog grada. Nasuprot njega nalazi se palača Sponza koja je u prošlosti služila kao kovanica novca.

²¹ Ministarstvo kulture i medija Republike Hrvatske, <https://registar.kulturnadobra.hr/#/>,(pristupljeno 14.08.2024.)

Slika 8 Dubrovačke zidine



Izvor: Meet Dubrovnik, <https://www.meetdubrovnik.com/hr/dubrovnik-kulturna-dobra/gradske-zidine-tvrđave-minceta-lovrijenac.html>, (pristupljeno 11.08.2024.)

Slika 9 Orlandov stup



Izvor: Turistička zajednica grada Dubrovnika, https://tzdubrovnik.hr/get/zabava/73504/orlandova_godina.html, (pristupljeno 11.08.2024.)

5.2.2. Pokretna materijalna baština

Od pokretnih materijalnih dobara, odnosno zbirki u registar su upisane Znanstvena knjižnica te Cjelina arhivskih fondova i zbirki u posjedu Državnog arhiva u Dubrovniku. U pokretnu zbirku spadaju kulturno – povijesni muzeji, etnografski muzeji, pomorski muzeji te arheološki muzeji. U dubrovačkom etnografskom muzeju Rupe danas se čuvaju narodne nošnje. U pomorskom muzeju se čuvaju makete brodova, brodski dokumenti, stari novac, te drugi predmeti vezani za pomorstvo.

Slika 10 Etnografski muzej Rupe



Izvor: Turistička zajednica grada Dubrovnika,

https://tzdubrovnik.hr/get/muzeji/5579/etnografski_muzej_rupe.html, (pristupljeno 11.08.2024.)

5.2.3. Nematerijalna kulturna baština

Od nematerijalne kulturne baštine u registar su upisani Festa sv. Vlaha, Tripundanske svečanosti i kolo sv. Tripuna, Ljekarništvo Male braće u Dubrovniku, te Kolendavanje u gradu Dubrovniku od kojih su Festa sv. Vlaha i Tripundanske svečanosti i kolo sv. Tripuna pod UNESCO-voim zaštitom. Osim toga poznat je i folklorni dubrovački ples „Lindō“ koji se rado izvodi i danas.

Slika 11 Festa sv. Vlaha



Izvor: DULIST, <https://dulist.hr/danas-otvaranje-feste-svetoga-vlaha/27235/>, (pristupljeno 11.08.2024.)

Slika 12 Lindō



Izvor: Sun Gardens Dubrovnik, <https://www.dubrovniksungardens.com/hr/dubrovnik/vise-od-plesa-vise-kao-stil-zivota-lindo>, (pristupljeno 11.08.2024.)

5.3. Manifestacije

Od manifestacija ističu se Dubrovačke ljetne igre, Festa sv. Vlaha, Linđo – folklorni ansambl u Dubrovniku te Međunarodni Film Festival u Dubrovniku – DIFF i Libertas Film Festival u Dubrovniku.

Dubrovačke ljetne igre - najveća su i najreprezentativnija manifestacija u cijeloj Hrvatskoj. Održavaju se od 1950. godine. Svake se održavaju od 10. srpnja do 25. kolovoza.

Festa sv. Vlaha – kao što je već prije naglašeno, sv. Vlaho proglašen je zaštitnikom grada, a njegov blagdan počine 03. veljače, traje od blagdana Cvjetnice sve do prve sljedeće nedjelje.²²

Međunarodni Film Festival u Dubrovniku - DIFF – počeo se održavati 2003. godine, posjećuju ga redatelji, glumci, glazbenici i umjetnici te ostali posjetitelji iz cijelog svijeta.

Libertas Film Festival u Dubrovniku – održava se u ljetnim mjesecima, obično početkom srpnja.

Linđo - folklorni ansambl u Dubrovniku – osnovan je 1694. godine. Od tada je kroz taj ansambl prošlo oko tri tisuće članova, koji su dostizali vrhunske rezultate po nastupima.²³

²² Meet Dubrovnik, <https://www.meetdubrovnik.com/hr/dubrovnik-festivali-manifestacije/>, (pristupljeno 14. 08. 2024.)

²³ Ibid

5.4. Turistički promet grada Dubrovnika u razdoblju od 2019. – 2023. godine

U nastavku slijedi pregled i kratka analiza ostvarenog turističkog prometa na području Dubrovačko-neretvanske županije i grada Dubrovnika u petogodišnjem promatranom razdoblju.

Tablica 2 Dolasci i noćenja turista u Dubrovačko – neretvanskoj županiji 2023. godine

	Dolasci domaćih turista	Dolasci stranih turista	Noćenja domaćih turista	Noćenja stranih turista
Dubrovačko - neretvanska županija	166.438	1.834.325	567.517	7.194.968
UKUPNO	2.000.736		7.762.485	
Dubrovnik	71.477	1.164.056	176.785	3.628.941
UKUPNO	1.235.533		3.805.726	

Izvor: vlastita izrada autora prema podacima Državnog zavoda za statistiku

Prema podacima iz tablice 2 u Dubrovačko – neretvanskoj županiji je od siječnja do studenog 2023. godine zabilježeno 2.000.736 dolazaka i 7.726.485 noćenja. Domaći turisti činili su 166.438 dolazaka i 567.517 noćenja, dok su strani turisti činili 1.834.325 dolazaka i 7.194.968 noćenja. U gradu Dubrovniku bilo je ukupno 1.235.533 dolazaka i 3.805.726 noćenja. Domaći turisti činili su 71.477 dolazaka i 176.785 noćenja, dok su strani turisti činili 1.235.533 dolazaka i 3.805.726 noćenja.

Tablica 3 Dolasci turista u Dubrovačko – neretvanskoj županiji 2022. godine

	Dolasci domaćih turista	Dolasci stranih turista	Noćenja domaćih turista	Noćenja stranih turista
Dubrovačko - neretvanska županija	160.018	1.575. 711	189.910	3.366.986
UKUPNO	1.735.729		3.556.896	
Dubrovnik	71.237	965.183	176.785	3.628.941
UKUPNO	1.036.420		3.805.726	

Izvor: vlastita izrada autora prema podacima Turističke zajednice Dubrovačko – neretvanske županije

Prema podacima iz tablice 3 godine 2022. u Dubrovačko – neretvanskoj županiji bilo je 1.735.729 dolazaka i 3.556.896 noćenja. Domaći turisti činili su 160.018 dolazaka i 186.910 noćenja, dok su strani turisti činili 1.575.711. dolazaka i 3.366.986 noćenja. U gradu Dubrovniku bilo je ukupno 1.036.420 dolazaka i 3.805.726 noćenja. Domaći turisti činili su 71.237 dolazaka i 176.785 noćenja, dok su strani turisti činili 965.183 dolazaka i 3.628.941 noćenja.

Tablica 4 Dolasci i noćenja turista u Dubrovačko – neretvanskoj županiji 2021. godine

	Dolasci domaćih turista	Dolasci stranih turista	Noćenja domaćih turista	Noćenja stranih turista
Dubrovačko - neretvanska županija	127.222	882.604	558.354	4.688.984
UKUPNO	1.009.829		5.247.338	
Dubrovnik	55.543	469.240	163.869	1.778.900
UKUPNO	524.783		1.942.769	

Izvor: vlastita izrada autora prema podacima Turističke zajednice Dubrovačko – neretvanske županije

Prema podacima iz tablice 4 godine 2021. u Dubrovačko – neretvanskoj županiji bilo je ukupno 1.009.829 dolazaka i 5.247.338 noćenja. Domaći turisti činili su 127.222 dolazaka i 558.354 noćenja, dok su strani turisti činili 882.604 dolazaka i 4.688.984 noćenja. U gradu Dubrovniku bilo je ukupno 524.783 dolazaka i 1.942.769 noćenja. Domaći turisti činili su 55.543 dolazaka i 163.869 noćenja, dok su strani turisti činili 469.240 dolazaka i 1.778.900 noćenja.

Tablica 5 Dolasci i noćenja turista u Dubrovačko - neretvanskoj županiji 2020. godine

	Dolasci domaćih turista	Dolasci stranih turista	Noćenja domaćih turista	Noćenja stranih turista
Dubrovačko - neretvanska županija	106.779	357.610	525.573	2.352.329
UKUPNO	482.389		2.877.902	
Dubrovnik	45.146	179.429	153.507	702.704
UKUPNO	224.575		856.211	

Izvor: vlastita izrada autora prema podacima Turističke zajednice Dubrovačko – neretvanske županije

Prema podacima iz tablice 5 godine 2020. u Dubrovačko – neretvanskoj županiji bilo je ukupno 482.389 dolazaka i 2.877.902 noćenja. Domaći turisti činili su 106.779 dolazaka i 525.573 noćenja, dok su strani turisti činili 357.610 dolazaka i 2.352.329 noćenja. U gradu Dubrovniku bilo je ukupno 224.575 dolazaka i 856.211 noćenja. Domaći turisti činili su 45.146 dolazaka i 153.507 noćenja, dok su strani turisti činili 179.429 dolazaka i 702.704 noćenja. Razlog smanjena broja dolazaka i noćenja bila je pandemija COVID -19.

Tablica 6 Dolasci i noćenja u Dubrovačko - neretvanskoj županiji 2019. godine

	Dolasci domaćih turista	Dolasci stranih turista	Noćenja domaćih turista	Noćenja stranih turista
Dubrovačko - neretvanska županija	130.906	2.154.868	521.274	8.452.926
UKUPNO	2.285.774		8.974.200	
Dubrovnik	58.885	1.388.268	160.335	4.249.871
UKUPNO	1.447.153		4.410.206	

Izvor: vlastita izrada autora prema podacima Turističke zajednice Dubrovačko – neretvanske županije

Prema podacima iz tablice 6 godine 2020. u Dubrovačko – neretvanskoj županiji bilo je ukupno 2.285.774 dolazaka i 8.452.926 noćenja. Domaći turisti činili su 130.906 dolazaka i 521.274 noćenja, dok su strani turisti činili 2.154.868 dolazaka i 8.452.926 noćenja. U gradu Dubrovniku bilo je ukupno 1.447.153 dolazaka i 4.410.206 noćenja. Domaći turisti činili su 58.885 dolazaka i 160.335 noćenja, dok su strani turisti činili 1.388.268 dolazaka i 4.249.871 noćenja. Iz tablice možemo vidjeti kako je 2019. godina bila rekordna po broju dolazaka i noćenja.

6. MANIFESTACIJE NA PODRUČJU GRADA DUBROVNIKA I NJIHOVA VALORIZACIJA

Valorizacija manifestacija u Dubrovniku pokazuje kako su one ključne za jačanje turističke ponude te imidža grada. Važno je osigurati snažnu povezanost manifestacija s prirodnim i antropogenim resursima destinacije jer to pridonosi njihovoj turističkoj atraktivnosti. Evaluacija prije i poslije održavanja manifestacija omogućuje preciznu procjenu doprinosa društvu, okolišu i ekonomiji. Dubrovnik kroz svoje bogato kulturno nasljeđe i prirodne ljepote može dodatno unaprijediti kvalitetu i atraktivnost manifestacija. Valorizacija manifestacija pokazuje da su one ključne za turističku ponudu grada Dubrovnika i njegov kulturni identitet. Manifestacije kao što su Dubrovačke ljetne igre ili Festa sv. Vlaha često reflektiraju kulturni identitet i jačaju imidž grada. Manifestacije doprinose lokalnoj ekonomiji te ekološkim izazovima, te je iz tog razloga procjena ekonomskih i ekoloških utjecaja od presudnog značaja.

Manifestacije poput Dubrovačkog zimskog festivala donose prihod te povećavaju potrošnju turista te doprinose ekonomiji grada. Dubrovnik ima velik broj manifestacija što privlači posjetitelje iz cijeloga svijeta. One su medijski pokrivene te se Dubrovnik promovira kao atraktivna destinacija. Zadovoljstvo lokalne zajednice može se prepoznati u tome što ona podržava manifestacije, posebice one duboko ukorijenjene u tradiciji grada. Primjer takvih manifestacija su Dubrovačke ljetne igre koje doprinose pozitivnom imidžu Dubrovnika. Turistička zajednica grada Dubrovnika navodi kako ne postoji evidencija koja bi točno bilježila broj posjetitelja za svaku manifestaciju zbog toga što se manifestacije odvijaju na različitim lokacijama diljem grada, najčešće na otvorenom prostoru. Bez obzira na to, potvrdili su kako su manifestacije redovno posjećene te privlače velik broj domaćih i stranih posjetitelja.

Tablica 7 Manifestacije na području grada Dubrovnika 2019. godine

MJESEC	MANIFESTACIJA
Siječanj	Dubrovački zimski festival, Festa Dubrovnik
Veljača	Festa sv. Vlaho, Dubrovački karnevo
Ožujak	-
Travanj	Tišina molim, Dubrovnik i film se vole..., Akapela – smotra klapa, Dubrovačko glazbeno proljeće, Dubrovnik Festiwine, Dubrovački polumaraton
Svibanj	-
Lipanj	Orlando Furioso, Le Petit Festival Du Theatre, Glazbeno – scenski festival „Ana u gradu“, Midsummer scene, Međunarodni festival opernih arija – Tino Pattiera
Srpanj	Ljeto na Elafitima, u Zatonu i Orašcu, 70. Dubrovačke ljetne igre
Kolovoz	Ljetna škola filma Šipan, Međunarodni glazbeni festival Dubrovnik u pozno ljeto
Rujan	Međunarodni glazbeni festival Dubrovnik u pozno ljeto
Listopad	Stradun Classic, Jesenji glazbeni moskar, Good Food Festival
Studeni	Jesenji glazbeni moskar
Prosinac	Dubrovački zimski festival, Advent u gradu, Doček nove godine

Izvor: vlastita izrada autora prema podacima Turističke zajednice grada Dubrovnika

Uz glavne manifestacije na području grada Dubrovnika koje su navedene u tablici 7, Turistička zajednica grada izdvaja i neke posebne projekte.

Posebni projekti su:²⁴

- Zimski program Lindo i razgled grada – organizirani su besplatni nastupi FA Lindo subotom tijekom zimskih mjeseci. Organizirala ih je TZ grada Dubrovnika u sklopu produljenja sezone. Zbog pandemije, program je trajao od 9. studenog 2019. do 29. veljače 2020. Besplatan pregled grada bio je dostupan uz prethodnu najavu u TIC-u Pile,
- Authentically Croatian Souvenir – početkom lipnja, Turistička zajednica grada obišla je suvenirnice koje su nosile znak „Authentically Croatian“ te ih je ponovno uključila u projekt ako nisu promijenile ponudu. Od dvadesetak otvorenih suvenirnica, svima je dodijeljen znak. Smanjili su troškove tako što nisu tiskali ažurirane brošure već su ih objavili na web stranici,
- Good Food Festival – ideja je ponuditi doživljaj i potaknuti moguće posjetitelje na dolazak krajem listopada u cilju produženja sezone ,
- Orlandova godina – obilježava se Orlandova godina te se u tu svrhu tiskaju promidžbeni materijali poput letaka s receptima – dani Orlandove kuhinje, čokoladice sa slikom Orlanda,
- Respect the City – evakuacijska mapa povijesne jezgre, plakati s pravilima ponašanja, kroz ovaj projekt provode se mjere aktivnosti u cilju održivog i odgovornog razvoja turizma,
- HBO Game of Thrones – projekcija posljednje epizode serije „igre prijestolja“, okuplja brojne fanove, predstavnike medija i građane Dubrovnika.

²⁴ Turistička zajednica grada Dubrovnika, https://tzdubrovnik.hr/user_files/novak/Izvjescje%202020.pdf, (pristupljeno 15.08.2024.)

Tablica 8 Manifestacije na području grada Dubrovnika 2020. godine

MJESEC	MANIFESTACIJA
Siječanj	Dubrovački zimski festival, Festa Dubrovnik
Veljača	Festa sv. Vlaha, Dubrovački karnevo
Ožujak	-
Travanj	Akapela – smotra klapa, Dubrovačko glazbeno proljeće, Dubrovnik Festiwine, Dubrovački polumaraton
Svibanj	-
Lipanj	Orlando Furioso, Le Petit Festival Du Theatre, Glazbeno – scenski festival „Ana u gradu“, Midsummer scene, Međunarodni festival opernih arija – Tino Pattiera
Srpanj	Ljeto na Elafitima, u Zatonu i Orašcu, 71. Dubrovačke ljetne igre
Kolovoz	Ljetna škola filma Šipan, Međunarodni glazbeni festival Dubrovnik u pozno ljeto
Rujan	Međunarodni glazbeni festival Dubrovnik u pozno ljeto, Stradun Classic
Listopad	Jesenji glazbeni moskar, Good Food Festival
Studeni	-
Prosinac	Dubrovački zimski festival, Advent u gradu, Doček nove godine

Izvor: vlastita izrada autora prema podacima Turističke zajednice grada Dubrovnika

Uz ova glavna događanja navedena u tablici 8, Turistička zajednica grada Dubrovnika ističe i posebne projekte.

Posebni projekti 2020. godine bili su:

- Zimski program Lindo i razgled grada
- Authentically Croatian Souvenir
- Good Food Festival
- Respect the City
- Digitalni nomadi.

Tablica 9 Manifestacije na području grada Dubrovnika 2021. godine

MJESEC	MANIFESTACIJA
Siječanj	Festa Dubrovnik
Veljača	Festa sv. Vlaha, Dubrovački karnevo
Ožujak	-
Travanj	Akapela – smotra klapa, Dubrovačko glazbeno proljeće, Dubrovački polumaraton
Svibanj	-
Lipanj	Orlando Furioso, Le Petit Festival Du Theatre, Glazbeno – scenski festival „Ana u gradu“, Midsummer scene, Međunarodni festival opernih arija – Tino Pattiera
Srpanj	Ljeto na Elafitima, u Zatonu i Orašcu, 72. Dubrovačke ljetne igre, Ljeto u Gružu
Kolovoz	Ljetna škola filma Šipan, Međunarodni glazbeni festival Dubrovnik u pozno ljeto
Rujan	Međunarodni glazbeni festival Dubrovnik u pozno ljeto, Stradun Classic
Listopad	Dubrovnik Triathlon, Jesenji glazbeni moskar, Good Food Festival
Studeni	-
Prosinac	Dubrovački zimski festival, Advent u gradu, Doček nove godine

Izvor: vlastita izrada autora podacima Turističke zajednice grada Dubrovnika

Tablica 10 Manifestacije na području grada Dubrovnika 2022. godine

MJESEC	MANIFESTACIJA
Siječanj	Festa Dubrovnik
Veljača	Festa sv. Vlaha, Dubrovački karnevo
Ožujak	Mediterranski sajam zdrave prehrane, ljekovitog bilja i poduzetništva
Travanj	Dubrovnik Flower Market, Uskrs u primorju, Akapela – smotra klapa, Dubrovačko glazbeno proljeće, Dubrovački polumaraton, Ledenice i vino
Svibanj	Dubrovački polumaraton, međunarodna izložba pasa, Na Neretvu misečina pala
Lipanj	Lokrum Yoga Day, Glazbeno – scenski festival „Ana u gradu“, Midsummer scene, Ljeto u Gružu
Srpanj	Ljeto na Elafitima, u Zatonu i Orašcu, 73. Dubrovačke ljetne igre, Najbolje Hrvatske klape na Stradunu
Kolovoz	Ljetna škola filma Šipan, Ribarska noć, festa sv. Stjepana, plivački maraton
Rujan	Gruška noć, koncert klape Rišpet na uvali Lapad, nastup klape Cambi na Gromači, Svjetski dan turizma uz nastup simfonijskog orkestra i Tereze Kesovije
Listopad	Jesenji glazbeni moskar, Good Food Festival
Studeni	Subotnje zimsko jutro
Prosinac	Dubrovački zimski festival, Adventup, Dani bakalara, Doček nove godine

Izvor: vlastita izrada autora podacima Turističke zajednice grada Dubrovnika

Tablica 11 Manifestacije na području grada Dubrovnika 2023. godine

MJESEC	MANIFESTACIJA
Siječanj	Novogodišnji koncert Dubrovačkog simfonijskog orkestra, Subotnje utro u gradu, Festa Dubrovnik
Veljača	Festa sv. Vlaha, Dubrovački karnevo
Ožujak	Mediterranski sajam zdrave prehrane, ljekovitog bilja i poduzetništva, Gradske ulične igre
Travanj	Dubrovnik Flower Market, Uskrsa na Stradunu, Akapela – smotra klapa, Dubrovačko glazbeno proljeće, Dubrovački polumaraton,
Svibanj	Bavarin street food, Na Neretvu misečina pala
Lipanj	Moto susret u suradnji s Moto klubom Libertas Dubrovnik, Ponta Lapud Festival, Lazareti Fest u Lazaretima, Svjetski dan glazbe na Stradunu, Midsummer scene
Srpanj	Ljeto na Elafitima, u Zatonu i Orašcu, 74. Dubrovačke ljetne igre, Ulicama našeg grada
Kolovoz	Ljetna škola filma Šipan, nastup grupe TBF na Šipanu, predstava Mare Fojčica, nastup Alena Nižetića, nastup grupe Taliri u Zatonu, KUD-a Marko Marojica, grupe Magazin, plesna invazija u Lazaretima, koncert Ibrice Jusića na Stradunu, koncert Najbolje hrvatske klape ispred Katedrale, Pilarska noć uz Trio gušte, Noć Uvale Lapad uz Jolu, nastup klape Rišpet na tenis terenima, Maja Šuput na Noći Ploča, Ulicama našeg grada
Rujan	Gruška noć, Noć Rijeke dubrovačke u Komolcu, koncerti ispred crkve sv. Vlaha Ines Tričković, Dubrovačkog simfonijskog orkestra povodom Svjetskog dana turizma, Ulicama našeg grada
Listopad	Good Food Festival, Dubrovnik Triathlon, Dubrovnik Spartan Trail
Studeni	Subotnje zimsko jutro, festival svjetlosti – Lumiart, koncert Gorana Karana uz besplatne koktele, koncert Domenice u Domu kulture u Zatonu
Prosinac	Dubrovački zimski festival, Dani bakalara, Doček nove godine

Izvor: vlastita izrada autora prema podacima Turističke zajednice grada Dubrovnika

7. Zaključak

Turistička valorizacija kao i manifestacijski turizam imaju ključnu ulogu u razvoju i održivosti turističkih destinacija. Nužno je objektivno vrednovanje turističkih resursa tako što se identificiraju one manifestacije koje imaju najviše potencijala za privlačenje posjetitelja, kako domaćih tako i stranih. Manifestacijski turizam koristi specifične događaje kao sredstvo kojim privlači turiste, zatim sredstvo povećavanja ekonomske aktivnosti te promociju destinacije. Ukoliko su manifestacije uspješno organizirane, one mogu pomoći u razvoju destinacije, kao i poboljšati infrastrukturu te produžiti turističku sezonu. Cilj manifestacija kroz cijelu godinu je upravo to, produljenje sezone. Da bi manifestacijski turizam bio uspješan, potrebno je dobro razumjeti potrebe turista kao i njihove navike te bi se trebalo pažljivo upravljati resursima i troškovima manifestacija. Kako bi se postigao kvalitetan i održiv razvoj destinacije, turistička valorizacija i manifestacijski turizam trebaju biti usklađeni s ciljevima turističke politike. Prema podacima o turističkom prometu u Dubrovniku kroz promatrano razdoblje, može se zaključiti da Dubrovnik uspješno zadržava svoju poziciju jednog od najvažnijih turističkih odredišta u Hrvatskoj, unatoč izazovima s kojima se suočavao, posebno tijekom 2020. godine u razdoblju pandemije COVID – 19. Godine 2023. turizam Dubrovnika se polako stabilizira kada su dolasci iznosili 1.235.533 dolazaka i 3.805.726 noćenja.

Primjena sustavnog procesa valorizacije pomaže prepoznati i očuvati ključne resurse te upravljati potencijalnim rizicima. To omogućuje gradu da uspješno zadrži atraktivnost na turističkom tržištu. Analiza manifestacija u gradu Dubrovniku kroz promatrano razdoblje pokazuje kontinuitet u ključnim manifestacijama. Iako je bilo promjena u okolnostima, mnoge manifestacije poput „Feste sv. Vlaha“, „Dubrovačkih ljetnih igara“ „Dubrovačkog polumaratona“, „Dubrovačkog zimskog festivala“ održavaju se svake godine. U 2020. godini broj događanja se smanjio zbog pandemije COVID – 19, posebice tijekom proljetnih i jesenskih mjeseci. U 2021. i 2022. godini broj manifestacija se postepeno oporavlja, tako što se vraćaju tradicionalne i uvode neke nove manifestacije kao što su „Dubrovnik Market Flowers“ i „Mediterranski sajam zdrave prehrane“. Tijekom ljetnih mjeseci izvode se manifestacije kao što su koncerti, predstave i festivali što je potaklo privlačenje različitih profila posjetitelja. Turistička zajednica grada Dubrovnika istakla je i neke posebne projekte koje uključuju manifestacije u svrhu promicanja autentičnosti destinacije.

Dubrovnik je grad koji je unatoč izazovima uspio održati i kontinuirano razvijati svoje turističke događaje. Manifestacije u Dubrovniku visoko su vrednovane zbog njihovog doprinosa ekonomiji, turističkoj atraktivnosti grada te jačanja kulturnog identiteta i brenda grada Dubrovnika. Grad se pozicionirao kao jedan od vodećih kulturno – turističkih centara. Manifestacije imaju ključnu ulogu u održavanju i unaprjeđenju tog statusa.

LITERATURA

1. Anglevska-Nadjeska, K.: Significance and influence of management in tourism and hospitality, Faculty of Tourism, Center of Scientific Research Ohrid, 2005
2. Bowdin, G., McDonnell, I., Allen, J., O'Toole, W.: Events Management 3rd edition. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2010
3. Browding, G., Allen, J., O'Toole W., Harris, R., McDonnell, I.: Events Management, 2nd edition, John Wiley & Sons Australia Ltd, Milton, Australia, 2006
4. Buhalis, D.: Enhancing the Competitiveness of Small and Medium sized Tourism Enterprises, International Journal of Electronic Commerce, University of St.Gallen, Institute for Information Management, Switzerland, Vol. 6. No.1., 1996
5. Čavlek, N., Vukonić, B.: Riječnik turizma, Masmedia, Zagreb, 2001
6. Getz, D.: Event Studies, Theory, Research and Policy for planned Events, Elsevier Ltd., 2007
7. Getz, D.: Event Tourism: Definition, Evolution and Research, Tourism Management, Haskayne School of Business, University of Calgary, 2500 University Ave. N.W., Calgary, Alberta, Canada T2N 1N4, 2000
8. Grzinic J., Vojnovic N.: Sustainable event tourism: Case study city of Pula, Croatia, UTMS Journal of Economics, University of Tourism and Management, 2014
9. Van Der Wagen, L., Carlos B. R.: Upravljanje događajima = Event Management: za turistička, kulturna, poslovna i sportska događanja, Mate, Zagreb, 2008
10. Vitner Marković, S., Cegur Radović, T., Varičak, I.: Priručnik za provođenje istraživanja stavova posjetitelja manifestacija, Veleučilište u Karlovcu, Karlovac, 2023.

Internet izvori

1. Dionici manifestacija, https://www.zpuiz.hr/fileadmin/dokumenti/novosti/2016/160229_3_dionici.pdf
2. HRVATSKA RIJEČ, <https://www.hrvatskarijec.rs/vijest/A28956/Turisticka-valorizacija-manifestacija/>
3. Središnja izložba Dubrovnik i UNESO, <https://www.dumus.hr/hr/kulturno-povijesni-muzej/novosti/sredisnja-izlozba-%E2%80%98dubrovnik-i-unesco%E2%80%99,745.html>
4. Dubrivnik.in, <https://www.dubrovnik.in/hr/#dubrovacko-podrucje>

5. Registar kulturnih dobara RH, <https://registar.kulturnadobra.hr/#/>
6. Meet Dubrovnik, <https://www.meetdubrovnik.com/hr/dubrovnik-kulturna-dobra/gradske-zidine-tvrđave-minceta-lovrijenac.html>
7. Turistička zajednica grada Dubrovnika, https://tzdubrovnik.hr/get/muzeji/5579/etnografski_muzej_rupe.html
https://tzdubrovnik.hr/get/zabava/73504/orlandova_godina.html
8. DULIST, <https://dulist.hr/danas-otvaranje-feste-svetoga-vlaha/27235/>
9. Sun Gardens Dubrovnik, <https://www.dubrovniksungardens.com/hr/dubrovnik/vise-od-plesa-vise-kao-stil-zivota-lindo>
10. Visit Dubrovnik, <https://visitdubrovnik.hr/wp-content/uploads/2023/01/Pregled-dolazaka-i-no%C4%87enja-po-TZ-1-12-22.pdf>
11. Državni zavod za statistiku, https://podaci.dzs.hr/media/pt0dpwn5/si-1731_turizam-u-2023.pdf

POPIS TABLICA

Tablica 1 Manifestacije prema veličini, formi i sadržaju	8
Tablica 2 Dolasci i noćenja turista u Dubrovačko – neretvanskoj županiji 2023. godine	25
Tablica 3 Dolasci turista u Dubrovačko – neretvanskoj županiji 2022. godine	26
Tablica 4 Dolasci i noćenja turista u Dubrovačko – neretvanskoj županiji 2021. godine	27
Tablica 5 Dolasci i noćenja turista u Dubrovačko - neretvanskoj županiji 2020. godine	28
Tablica 6 Dolasci i noćenja u Dubrovačko - neretvanskoj županiji 2019. godine	29
Tablica 7 Manifestacije na području grada Dubrovnika 2019. godine.....	31
Tablica 8 Manifestacije na području grada Dubrovnika 2020. godine.....	33
Tablica 9 Manifestacije na području grada Dubrovnika 2021. godine.....	34
Tablica 10 Manifestacije na području grada Dubrovnika 2022. godine.....	35
Tablica 11 Manifestacije na području grada Dubrovnika 2023. godine.....	36

POPIS SLIKA

Slika 1 Osnovna podjela faktora turističke valorizacije prema UNWTO-u.....	4
Slika 2 Dionička karta	7
Slika 3 Manifestacije kao planirani privremeni događaji.....	10
Slika 4 Učinci manifestacija.....	11
Slika 5 Dubrovnik na geografskoj karti	17
Slika 6 Arboretum Trsteno	19
Slika 7 Lokrum.....	19
Slika 8 Dubrovačke zidine	21
Slika 9 Orlandov stup.....	21
Slika 10 Etnografski muzej Rupe.....	22
Slika 11 Festa sv. Vlaha	23
Slika 12 Lindo	23