

MANIFESTACIJA U FUNKCIJI ODRŽIVOG RAZVOJA TURISTIČKE DESTINACIJE

Bonetić, Karlo

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

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:128:219811>

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

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



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
STRUČNI STUDIJ UGOSTITELJSTVA

KARLO BONETIĆ

**MANIFESTACIJE U FUNKCIJI ODRŽIVOG RAZVOJA TURISTIČKE
DESTINACIJE**

ZAVRŠNI RAD

Mentor:

dr. sc. Birkić Draženka

Student:

Bonetić Karlo

Karlovac, 2021.

SAŽETAK

U ponudi turističkih destinacija manifestacije posljednjih godina zauzimaju sve važniju ulogu zbog njihovih turističkih, društvenih i kulturnih funkcija, kao i uloge u lokalnom i regionalnom razvoju. Manifestacijski turizam je jedna od najznačajnijih formi na putu prema stvaranju kvalitetnih turističkih sadržaja, tako da mnoge destinacije sve češće obogaćuju svoju turističku ponudu različitim manifestacijskim programima. Učinci manifestacija, ovisno o vrsti, karakteru, lokaciji i mjestu održavanja mogu biti raznovrsni ekonomski, društveni i okolišni učinci, pozitivni i negativni. Destinacije u kojima se održavaju bilo manje ili veće manifestacije, nalaze se pred velikim izazovom kada je riječ o organizaciji manifestacija koje trebaju biti u funkciji održivog razvoja turizma. U ovom završnom radu navodimo primjer kulturne manifestacije pod nazivom „Advent u Karlovcu“ koja se uspješno održava unazad nekoliko godina, od 2017. godine i uspješno doprinosi održivom razvoju turizma grada Karlovca. Manifestacija „Advent u Karlovcu“ uspješno doprinosi cjelokupnom razvoju grada Karlovca kao turističke destinacije i njegovoj konkurentnosti na kontinentalnoj turističkoj karti Hrvatske. Svrha ovog završnog rada je također prikazati i istaknuti važnost suradnje ključnih dionika po pitanju osmišljavanja i organizacije manifestacija u funkciji održivog razvoja turizma u gradu Karlovcu. Za potrebe ovog rada provelo se istraživanje stavova ključnih dionika u gradu Karlovcu po pitanju organizacije manifestacija s aspekta održivosti.

Ključne riječi: manifestacija, održivi razvoj turizma, suradnja, ključni dionici, kulturna manifestacija „Advent u Karlovcu“

1. UVOD	1
1.1. Predmet i cilj rada	1
1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja podataka	1
1.3. Struktura rada	1
2. MANIFESTACIJE I TURIZAM	2
2.1. Definiranje pojma manifestacije	2
2.2. Klasifikacija manifestacija	3
2.3. Manifestacije i turizam	5
2.4. Trendovi manifestacijskog turizma	7
3. ODRŽIVI RAZVOJ TURIZMA	8
3.1. Održivi razvoj	9
3.2. Načela održivog turizma	12
3.3. Suradnja između interesnih skupina	13
4. MANIFESTACIJE U FUNKCIJI ODRŽIVOG TURIZMA	16
4.1. Učinci manifestacijskog turizma u destinaciji	16
4.2. Ekonomski učinci manifestacija	17
4.3. Društveni učinci manifestacija	19
4.4. Okolišni učinci manifestacije	21
5. KULTURNA MANIFESTACIJA „ADVENT U KARLOVCU”	23
5.1. „Advent u Karlovcu“	23
5.2. Organizatori „Adventa u Karlovcu”	24
5.3. „Advent u Karlovcu” i održivi razvoj turizma u destinaciji	26
6. REZULTATI ISTRAŽIVANJA	28
6.1. Metodologija istraživanja	28
6.2. Rezultati anketnog istraživanja	29
ZAKLJUČAK	41
POPIS LITERATURE	43
POPIS SLIKA, GRAFIKONA I TABLICA	45
PRILOZI	46

1. UVOD

1.1. Predmet i cilj rada

Predmet ovog rada je istražiti ulogu i značaj kulturnih manifestacija u uspostavi održivog razvoja turizma u destinaciji, s posebnim osvrtom na manifestaciju „Advent u Karlovcu“. Cilj rada je istražiti i analizirati stavove ključnih dionika kod organizacije manifestacija s aspekta održivosti tih manifestacija u gradu Karlovcu.

1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja podataka

Podaci su prikupljeni iz stručne i znanstvene literature te s relevantnih internetskih stranica vezano uz područje istraživanja. U prikupljanju podataka korištena je metoda istraživanja za stolom i metoda anketiranja u svrhu prikupljanja primarnih podataka vezano za cilj rada. U svrhu analize dobivenih podataka korištene su metode analize i sinteze te su korištene i metode deskripcije, kompilacije i deskriptivna obrada statističkih podataka dobivenih putem anketnog upitnika.

1.3. Struktura rada

U uvodnom dijelu rada razrađuju se predmet i cilj rada, metode i izvori podataka odnosno koja se literatura koristila za izradu ovog rada i kojim metodama su se prikupljali podaci te se opisuje i struktura rada.

U drugom dijelu definiraju se manifestacije i turizam, klasifikacija manifestacija te kako se kategoriziraju i značenje manifestacijskog turizma. Također se u ovom poglavlju sagledava kako trendovi manifestacijskog turizma utječu na sami turizam i turistička putovanja.

U trećem poglavlju obrađuje se pojam održivog razvoja turizma i održivih manifestacija, objašnjavaju se načela održivog razvoja te suradnja između interesnih skupina.

Četvrto poglavlje posvećeno je samim manifestacijama, manifestacijama u funkciji održivog turizma, koji su učinci manifestacija i njihova objašnjenja.

U petom poglavlju se opisuje manifestacija „Advent u Karlovcu“ s naglaskom na održivi razvoj. Opisuju se organizatori „Adventa u Karlovcu“ te kako advent utječe na Karlovac kao turističku destinaciju.

Šesto poglavlje sadrži rezultate istraživanja koje se provelo pomoću anketiranja ključnih dionika povezanih s organizacijom manifestacija u gradu Karlovcu.

Posljednje poglavlje je zaključak koji sadrži ključne elemente ovog rada i zaključno razmatranje teme cjelokupnog rada.

2. MANIFESTACIJE I TURIZAM

U ponudi turističkih destinacija manifestacije posljednjih godina zauzimaju sve važniju ulogu zbog njihovih turističkih, društvenih i kulturnih funkcija, kao i uloge u lokalnom i regionalnom razvoju. Manifestacijski turizam je jedna od najznačajnijih formi na putu prema stvaranju kvalitetnih turističkih sadržaja, tako da mnoge destinacije sve češće obogaćuju svoju turističku ponudu različitim manifestacijskim programima. U nastavku ovog poglavlja definirat će se pojam manifestacija, njihova klasifikacija, povezanost s turizmom i koji su trendovi manifestacijskog turizma.

2.1. Definiranje pojma manifestacije

Manifestacije su stare koliko i čovječanstvo. Prve organizirane plemenske ljudske zajednice prenose priče i pjesme s generacije na generaciju i organiziranje plemenskih svečanosti. Suvremeno doba nije prekinulo čovjekovu vjekovnu potrebu da se druži, natječe, zabavlja, pokazuje, odnosno da na poseban način obilježi neke važne događaje u životu pojedinca ili društva. To su pokretači manifestacijskog turizma i oni su elementi koji su i danas u funkciji manifestacijskog turizma. Novo doba, razmjerno rastu broja stanovnika, ekonomskom i inom napretku, dovelo je do nastanka različitih vrsta, oblika i obujma manifestacija.¹

Kako bi se uopće moglo govoriti o manifestacijama u turizmu, potrebno je definirati sam pojam manifestacija. Termin manifestacija potječe od latinske riječi „*manifestare*“ koja znači objaviti, javno nastupati u svrhu zajedničkog izražavanja pripadanja jednom cilju.² Suvremeno poistovjećivanje s pojmom manifestacije danas je u vidu karnevala, festivala, smotra, svečanosti, dok se u istom značenju može koristiti i termin organizirani događaj.³ Manifestacije podrazumijevaju posebne rituale, prezentacije, predstave ili proslave koje se pomno, unaprijed

¹ Pivčević, S.: Upravljanje manifestacijama, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, Split, 2015/16., str. 6.

² Jovanović, V., Delić, U.: Karakteristike manifestacija i njihov utjecaj na razvoj turizma u Srbiji, Turizam i Hotelijerstvo, Srbija, Beograd, 2010., str. 204

³ Ibidem, str. 204.

planiraju i stvaraju da bi se njima obilježili posebni događaji ili postigli društveni, kulturni ili korporativni ciljevi.⁴

Manifestacije mogu biti na lokalnoj, regionalnoj, nacionalnoj i međunarodnoj razini. Manifestacije u sudionicima bude osjećaj zajedništva s ostalim sudionicima, pružaju jedinstvene doživljaje svakom sudioniku na njegov osoban i individualan način te pružaju mogućnost upoznavanja velikog broja pojedinaca s istim ili sličnim interesima poput njihovih.

2.2. Klasifikacija manifestacija

Manifestacije se mogu kategorizirati na različite načine. Jedna od podjela manifestacija odnosi se na manifestacije s obzirom na veličinu, a druga podjela odnosi se na manifestacije s obzirom na sadržaj i vrstu. Manifestacije po veličini možemo kategorizirati i podijeliti na mega manifestacije, regionalne manifestacije, značajne manifestacije i manje manifestacije, a manifestacije po sadržaju i vrsti dijele se na turističku klasifikaciju manifestacija prema Eduardu Kušenu i na Getzovu tipologiju planiranih manifestacija.⁵

Manifestacije prema veličini kategoriziraju se na sljedeći način:

- **Mega manifestacije**

Među navedenim vrstama manifestacija prema veličini mega manifestacije su najveće. One su okrenute međunarodnom tržištu te ih definiramo kao značajne manifestacije koje su u stanju, s obzirom na svoj obuhvat i medijski interes, privući velik broj posjetitelja i ostvariti značajan utisak na turizam, medijsku pozornost i gospodarstvo. Primjer takvih manifestacija su Olimpijske igre i Svjetsko prvenstvo u nogometu.

- **Regionalne manifestacije**

Regionalnim manifestacijama je cilj povećati zanimanje turista za određeno područje ili regiju. Takve manifestacije obogaćuju kulturu i tradiciju određene regije. Primjer takve manifestacije je karneval u Rio de Janeiru i Opatijski vremeplov koji vodi turiste na putovanje uzbudljivim trenucima gradske prošlosti.

- **Značajne manifestacije**

To su manifestacije koje pobuđuju veliko zanimanje zajednice i privlače veliki broj turista kojima je primarni cilj odlazak na takve manifestacije. Značajne manifestacije

⁴ Pivčević, S.: op. cit., str. 6.

⁵ Tušak, N.: Manifestacijski turizam na primjeru adventa u gradu Zagrebu, Veleučilište u Karlovcu, Karlovac, 2017., str. 14

također stvaraju značajan prihod od turizma. U tu kategoriju možemo uključiti proslavu Nove godine koja se organizira u većini gradova u Hrvatskoj, ali naravno ne samo u Hrvatskoj već i u ostalim državama svijeta.

- **Manje manifestacije**

U ovu kategoriju spada najveći broj manifestacija u kojima organizatori stječu iskustva. Manje manifestacije su manifestacije u koje se ubrajaju sastanci, zabave, proslave, konvencije, dodjele nagrada, izložba, sportska događanja i mnogi drugi društveni događaji. Primjer takvih manifestacija su „Dani piva“ u Karlovcu, „Špancirfest“ u Varaždinu i sl.

Manifestacije s obzirom na vrstu i sadržaj:⁶

- **Turistička klasifikacija manifestacija prema Eduardu Kušenu**

Turistička klasifikacija manifestacija prema Eduardu Kušenu dijeli se na manifestacije kao što su kulturne manifestacije (igre, festivali, smotre, izložbe, likovne kolonije, skupovi i zabavni programi), vjerske manifestacije (posjeti crkvenog poglavarstva, hodočašća i proštenja), sportske manifestacije (sportska prvenstva, sportske igre i tradicijski sportovi), gospodarske manifestacije (gospodarske izložbe, sajmovi, modni festivali i stručna natjecanja) i ostale manifestacije (proslave, mitinzi i različita druženja).

Najčešći motivi tih manifestacija su promatranje, doživljavanje i aktivno sudjelovanje te se sve ove manifestacije odvijaju u slobodno vrijeme i dokolici.

- **Getzova tipologija planiranih manifestacija**

Getz manifestacije dijeli u osam kategorija, a to su kulturni događaji (festivali, karnevali, komemoracije te religiozni događaji), politički i državni događaji (mitinzi, inauguracije te politički događaji na kojima prisustvuju takozvane *VIP* osobe), umjetnički i zabavni događaji (koncerti i dodjele nagrada), poslovni događaji (sastanci, trgovački sajmovi i izložbe), edukacijski i znanstveni događaji (konferencije i seminari), rekreacijski događaji (sportske igre organizirane radi zabave) i privatni događaji (zabave, vjenčanja i godišnjice).

Uz ove podjele Getz je još podijelio manifestacije na planirane i neplanirane manifestacije. Neplanirane manifestacije mogu biti javne i privatne, ali zbog svoje prirode nisu predmet

⁶ Tušak, N.: op. cit., str. 15.

izučavanja upravljanja manifestacijama. Planirane manifestacije jesu predmet izučavanja upravljanja manifestacijama jer su one u fokusu zbog njihovih karakteristika i činjenice da je potrebno provesti postupak strateškog planiranja kako bi se realizirale.

2.3. Manifestacije i turizam

Manifestacije su događaji koji se smatraju vrlo bitnim oblikom turizma. Manifestacije, a i posebni događaji su resurs nekog odredišta koji omogućuje uspješno gostovanje posjetitelja. Pružaju zajednici način da proslave svoje jedinstvene kulturne tradicije i privuku turiste i lokalne posjetitelje. Ovi događaji obično su organizirani za stvaranje pozitivne slike o mjestu i donose novac lokalnoj zajednici. Manifestacije donose različite koristi lokalnim zajednicama zbog njihovog značajnog utjecaja na lokalno gospodarstvo i jačaju socijalnu koheziju unutar zajednice.⁷

Turizam (engl. *tourism*) je ukupnost odnosa i pojava koji proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ako je takvo putovanje poduzeto radi odmora i uživanja te se njime ne zasniva stalno prebivalište i ne poduzima se neka gospodarska djelatnost; gospodarska djelatnost koja obuhvaća turistička kretanja i sve odnose koji proizlaze iz takvih kretanja.⁸

Manifestacije u turizmu se označavaju kao jedan od bitnijih događaja jer privlače veliki broj turista te destinacije sve češće obogaćuju svoju ponudu različitim programima.

Manifestacije su danas sve više u središtu turističkih zbivanja jer porast slobodnog vremena i porast slobodnih novčanih sredstava dovodi do povećanog broja posjetitelja na određenim manifestacijama. Ljudi dolaskom na manifestacije zadovoljavaju svoju potrebu da se druže, natječu, zabavljaju, pokazuju, odnosno da na poseban način obilježe neke važne događaje u vlastitom životu ili društvu.

Turist u određenu destinaciju dolazi iz razloga što želi zadovoljiti svoje potrebe kao što su sportski događaji ili bavljenje sportom, hobiji, kulturni događaji, zabavni sadržaji i sl. Zbog takvih potreba dolazi do formiranja specifičnih oblika turizma. U ovom slučaju govorimo o manifestacijskom turizmu. Manifestacijski turizam predstavlja sve oblike turističkog prometa

⁷ Dina Lončarić, Tihana Cegur Radović, Patricia Skendrović: „Who attends Christmas Markets and why? Analysis of visitor structure and motivation for attending two Christmas Markets in Croatia“, Original scientific article, 2020., str. 1-2.

⁸ Hrvatska enciklopedija, turizam, <https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=62763> (19.05.2021.)

motivirane održavanjem različitih manifestacija kulturnog, znanstvenog, poslovnog, sportskog, zabavnog i sličnog karaktera i sadržaja.⁹

Manifestacijski turizam jedna je od suvremenih vrsta turizma koja je nastala kao odgovor na želje i zahtjeve suvremenih turista. Turisti više nemaju potrebu samo vidjeti mjesto određenih klimatskih i zemljopisnih karakteristika, nego se javlja želja za potpunim doživljajem putovanja što podrazumijeva iskustvo posjeta određenim manifestacijama. Manifestacijski se turizam može definirati kao destinacijska i marketinška strategija koja služi za ostvarenje svih potencijalnih ekonomskih koristi od manifestacija. Najčešće podrazumijeva kretanje relativno velike skupine turista na manifestacije sportskog, kulturnog, zabavnog i nekog drugog karaktera. To mogu biti razni sportski susreti (Olimpijske igre) i kulturne manifestacije, a njihova organizacija vrlo često uključuje i veliki broj sudionika turističke ponude i aktivnosti ostalih (popratnih) djelatnosti.

Turizam je usko povezan s manifestacijama, pošto su one često sastavni dio turističke ponude, odnosno turističkog proizvoda kojeg turistička destinacija kreira u svrhu veće posjećenosti. Isto tako, manifestacije mogu biti i glavni razlog zbog kojeg će turisti posjetiti određenu destinaciju. Manifestacije utječu pozitivno na turizam te bitno mogu povećati potražnju za određenom destinacijom jer one podižu razinu konkurentnosti i kvalitetu ponude destinacije te povećavaju kvalitetu života lokalne populacije.

Manifestacije je najbolje promatrati kao jedan od glavnih razloga razvoja turizma određene zajednice jer su one svakim održavanjem sve bitnije kada se turist želi odlučiti gdje će putovati. Moderni turisti žele uz posjet novoj destinaciji upoznati se i s kulturom i njihovim običajima te se uz to i zabaviti. Stoga je bitno imati dobro razvijen manifestacijski turizam.

Turističke funkcije manifestacija očituju se kroz proširenje turističkog tržišta destinacije, produženje boravka turista u destinaciji, izgradnje imidža destinacije, omogućavanje bolje promocije destinacije i element su atrakcije i animacije u destinaciji. Manifestacijama se ujedno valorizira lokalna kultura, tradicija i običaji, osigurava se zabava i rekreacija sudionika, društvena kohezija, kulturni i društveni napredak. Dakle, izvjesno je da je uloga manifestacija izuzetno velika zbog širokog spektra utjecaja na destinaciju i njenu održivost, odnosno konkurentnost, ali i promociju.¹⁰

⁹ Trošt, K.: Vrednovanje manifestacija u funkciji održivog razvoja turističke destinacije Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, Split, 2012., str. 33

¹⁰ Birkić Draženka, Podoljak Silvija, Grgić Paula: „The branding of Požega – Slavonia Country by means of Integral Quality Management of a tourist destination“, 9th International Scientific Symposium „Region, Entrepreneurship, Development“, Osijek, June, 2020., str. 74-89

2.4. Trendovi manifestacijskog turizma

Klara Trošt (2012) u svom radu objašnjava kako su trendovi na turističkom tržištu uzrokovani globalizacijom, terorizmom, novim tehnologijama, fragmentacijom tržišta, političkim promjenama kao i onečišćenjem okoliša koje već sada, a i u budućnosti će utjecati na ponašanje turista.¹¹

Porastom broja proslava i raznih svjetskih sajmova, manifestacija, sportskih događaja, ulaska u novu godinu i slično dolazi se do pojma “trendovi manifestacijskog turizma”. On označava upravo to što su manifestacije postale uobičajen događaj u svakom gradu, mjestu, državi i dio su trenda koji se prati u cijelom svijetu.

Goldblatt (2000) u svom istraživanju govori kako je na ulasku u 21. stoljeće porastao broj organiziranih događaja poput proslava, raznih svjetskih sajmova i velikih sportskih manifestacija, a usporedno s tim i značajan porast u veličini, obujmu, duljini održavanja i ulozi značajnih mega manifestacija na turističkom tržištu.¹² Goldblatt također smatra kako su čimbenici poput porasta broja stanovnika, napretka tehnologije, priljeva prihoda i manjak slobodnog vremena odgovorni za nagli i dramatični rast industrije manifestacija kao i porasta potražnje za širokim spektrom manifestacija cijelog svijeta.¹³

Napredak tehnologije se definira kao jedan od najvažnijih utjecaja zbog informiranja potencijalnih turista. U današnje vrijeme zbog porasta tehnologije lako je informirati ljude o manifestacijama i turizmu, puno je bolja medijska popraćenost određene destinacije i manifestacije nego prije. Tehnologija utječe i na atraktivnost pojedinih manifestacija pomoću raznih svjetlosnih efekata, konstrukcijskih elemenata, modernih razglasa za glazbu i zvuk, video zidova i sl. Uz to također je lako pripremiti se za putovanje pomoću online kupovine ulaznica.

Priljev prihoda se odnosi na stariji dio sudionika manifestacija jer za razliku od mladih sudionika koji još nisu zaposleni stariji imaju stabilan i kontinuiran prihod koji mogu koristiti za putovanje i za sudjelovanje na različitim manifestacijama.

Ljudi u današnje vrijeme su sve više zaposleni i rade duže smjene kako bi si podignuli životni standard i zaradili više novca što stvara problem jer zbog toga imaju i manje vremena za sebe i svoje potrebe odlaska na putovanje i odlaska na manifestacije. Radi toga takvi turisti su upoznati s ponudom i traže kraća putovanja s većim intenzitetom doživljaja.

¹¹ Trošt, K.: op. cit., str. 41.

¹² Matijaca, F.: Zadovoljstvo lokalne zajednice manifestacijom kaštelansko kulturno ljetno, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, Split, 2016., str. 27

¹³ Ibidem, str. 27.

Getz (2008) uz ova četiri čimbenika (porast broja stanovnika, napredak tehnologije, priljev prihoda i manjak slobodnog vremena) navodi političke i ekonomske trendove koji su važan dio manifestacija.¹⁴ Smanjenjem tenzija između velikih političkih sila manifestacije postaju sve sigurnije za organiziranje, ali problem dolazi kod pojave terorističkih napada i zbog toga su manifestacije počele intenzivno ulagati u sigurnost. Ekonomski trend u organizaciji manifestacija odnosi se na bogatije i na siromašnije stanovništvo gdje određene manifestacije kao na primjer manifestacije vezane uz umjetnost će se organizirati za bogatije stanovništvo dok neke sportske i rekreacijske manifestacije bi se mogle organizirati za siromašniji dio stanovništva. Prvi slučaj koronavirusa (COVID-19) pojavio se 2020. godine u Hrvatskoj koji je pomaknuo granice trendova manifestacijskog turizma jer je došlo do toga da su ljudi prisiljeni ostati doma, da ne mogu putovati i da su se sve destinacije i manifestacije zatvorile. To je bio jedan veliki udar na turizam u cijelom svijetu koji je trajao sve do sredine 2021. godine kada su se postupno počele otvarati manifestacije. Organizatori su morali prilagoditi pravila ponašanja na manifestacijama zbog toga što koronavirus nije u potpunosti nestao. To se odnosi na nošenje zaštitnih maski, mjerenje temperature na ulazu, cijepljenje, ograničen broj ljudi na manifestacijama i držanje određenog razmaka između ljudi.

3. ODRŽIVI RAZVOJ TURIZMA

Održivi turizam možemo definirati kao turizam koji u potpunosti uzima u obzir trenutne i buduće gospodarske, društvene i okolišne učinke, brine se o potrebama posjetitelja, sektora, okoliša i destinacije.

Ljudi sve više razumiju sam pojam održivi razvoj i brinu se za vlastito zdravlje i sigurnost te imaju puno veće standarde prilikom odabira manifestacija dajući prednost manifestacijama koje su ekološki osviještene. Također odabiru manifestaciju koja ima pozitivan stav prema okolišu te izbjegavaju destinacije i manifestacije koje ne poklanjaju dovoljno pažnje očuvanju okoliša prilikom održavanja. Getz u svom istraživanju upravo o tome govori kako mnoge manifestacije nisu usklađene s tim uvjetima i temeljnim načelima održivog turizma, a to su:¹⁵ minimalizacija otpada, potrošnja energije i zagađenje, zaštita i očuvanje resursa za budućnost, njegovanje pozitivnog stava prema okolišu, ponovno korištenje objekata.

¹⁴ Matijaca, F.: op. cit., str. 28

¹⁵ Matijaca, F.: op. cit., str. 29

3.1. Održivi razvoj

Održivi razvoj je okvir za oblikovanje politika i strategija kontinuiranog gospodarskog i socijalnog napretka, bez štete za okoliš i prirodne izvore bitne za ljudske djelatnosti u budućnosti.¹⁶ Jedan od prvih dokumenata koje je donio Hrvatski sabor, a u kojem se spominje važnost održivog razvoja je „Deklaracija o zaštiti okoliša Republike Hrvatske” usvojena 1992.¹⁷

Koncept održivog razvoja podrazumijeva proces usmjeren prema postizanju ravnoteže između gospodarskih, socijalnih i ekoloških zahtjeva kako bi se osiguralo „zadovoljavanje potreba sadašnje generacije bez ugrožavanja mogućnosti budućih generacija da zadovolje svoje potrebe“ (Brundtland, 1987).¹⁸

On se oslanja na ideji prema kojoj razvoj ne smije ugrožavati budućnost dolazećih naraštaja trošenjem neobnovljivih izvora i dugoročnim devastiranjem i zagađivanjem okoliša. Riječ je o modelu održivosti koji stavlja naglasak na vođenje razvojne politike uz maksimalnu primjenu znanstvenih dostignuća i novih tehnologija u cilju zaštite prirode i očuvanja okoliša.¹⁹

Upravo na temelju koncepta održivog razvoja, razvijen je koncept održivog razvoja turizma i primjenjuje se na sve oblike turizma koji trebaju biti dugoročno usklađeni sa svojom prirodnom, socijalnom i kulturnom okolinom.²⁰ Održivi turizam (engl. sustainable tourism) raste i razvija se ne iskorištavajući svoje resurse tako da ih trajno uništava, već se resursi koriste tako da se maksimalno očuva njihova kvaliteta i vrijednosti za buduće naraštaje. Manifestacije kao takve mogu dati veliki poticaj i zamah turističkim aktivnostima. Jedan su od glavnih pokretača gospodarskog i ekonomskog razvoja, ali s time dolazi i velika odgovornost jer manifestacije kao takve također vrše veliki pritisak na prirodu i okoliš. Danas je nužna potreba prepoznavanja i zaštite prirodnih i kulturnih vrijednosti kako bi se potaknuo razvoj, kvalitetan i konkurentan turistički proizvod te dugoročno unaprijedilo upravljanje turističkim destinacijama, što predstavlja prvi korak u implementaciji održivog turističkog razvoja u proces upravljanja manifestacijama. Kako bi se to moglo provesti manifestacije moraju opstati tijekom duljeg razdoblja bez da

¹⁶ Odraz, <https://www.odraz.hr/nase-teme/odrzivi-razvoj> (15.05.2021.)

¹⁷ MVEP, <http://www.mvep.hr/hr/vanjska-politika/multilateralni-odnosi0/globalne-teme/odrzivi-razvoj/> (15.05.2021.)

¹⁸ Birkić, D.: Održivi turistički razvoj priobalne destinacije, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2016., str. 109

¹⁹ Odraz, <https://www.odraz.hr/nase-teme/odrzivi-razvoj> (15.05.2021.)

²⁰ Trošt, K.: op. cit., str. 84.

uzrokuju degradaciju okoliša već da ostvaruju korist u ekonomskom, ekološkom, društvenom i kulturnom okruženju u kojem se odvijaju.

Održive manifestacije su manifestacije kojima se upravlja kao autonomnim cikličkim procesima putem interakcije između manifestacijskog menadžmenta, zajednice domaćina i posjetitelja manifestacije, koje opskrbljuju ljudskim potencijalima, infrastrukturom i sredstvima.²¹ Održive manifestacije su one manifestacije koje su osjetljive na ekonomske, sociokulturne i okolišne potrebe unutar lokalne zajednice (domaćina manifestacije) i organizirane na takav način da optimiziraju neto holističke (pozitivne) učinke.²²

Održivi razvoj je jednostavno za shvatiti, ali je kompleksan za provoditi. Jednostavno je zbog logike iza same definicije, a to je da kakve god manifestacija održavamo moramo paziti na dobrobit okoliša, gospodarstva i ljudi da se ne narušava ono što nam koristi. Kompleksnost provođenja održivog razvoja je njegov zadatak osiguravanja ravnoteže kroz ekonomske, društvene i okolišne učinke i briga za dobrobit čovječanstva.

Ekonomska održivost se definira kao ostvarivanje rasta, učinkovitost i pravedna distribucija bogatstva.²³ Društvena održivost se opisuje kao sudjelovanje u donošenju odluka, mobilnost i kohezija, te ostvarivanje društvenog identiteta.²⁴ Ekološka održivost predstavlja cjelovitost ekosustava, kapaciteta i zaštitu prirodnih resursa.²⁵

Sve ukupno osiguranje da ta 3 elementa budu zadovoljena čine dobrobit turista i manifestacije koju posjećuje.

²¹ Trošt, K.: op. cit., str. 119.

²² Trošt, K.: op. cit., str. 120.

²³ Kosanović, N.: Nastanak koncepta održivog razvoja na primjeru održivog razvoja u Plivi Hrvatska, Veleučilište u Karlovcu, Karlovac, 2019., str. 4

²⁴ Ibidem, str. 4.

²⁵ Ibidem, str. 4.

Slika 3.1. Tri sastavnice održivog razvoja



Izvor: <https://lora.bioteka.hr/sto-je-odrzivi-razvoj/>

Društveno-okolišna ravnoteža treba biti prihvatljiva za sve zajednice, kako na lokalnoj, tako i na globalnoj razini, pri čemu je potrebno uvažiti osjetljivost okoliša prilikom organiziranja manifestacija. Gospodarsko-okolišna ravnoteža pretpostavlja poticajno i subvencionirano okruženje za ekonomski rast, ali da se taj rast izvodi uz očuvanje prirodnih resursa na manifestacijama, dok gospodarsko-društvena ravnoteža podrazumijeva ravnomjeran i pravedan ekonomski rast poduzeća i lokalnih zajednica tijekom provođenja manifestacija.

3.2. Načela održivog turizma

Sklad između osiguranja optimalne uporabe resursa iz okoliša, poštivanjem sociokulturne izvornosti i omogućavanjem održive, dugoročne ekonomske aktivnosti je potreban kako bi se osigurala dugoročna održivost. Iz toga proizlaze četiri glavna načela održivog turizma, a to su ekološka održivost, sociokulturna održivost, ekonomska održivost i tehnološka održivost.²⁶

- Ekološka održivost jamči kompatibilnost razvoja s očuvanjem i održavanjem osnovnih ekoloških procesa, biološke raznolikosti i bioloških resursa;
- Sociokulturna održivost jamči kompatibilnost razvoja s očuvanjem kulture i sustava vrijednosti ljudi na koje taj razvoj utječe te trajno održavanje i isticanje identiteta lokalne zajednice;
- Ekonomska održivost jamči da je razvoj ekonomski efikasan i da je upravljanje resursima takvo da će se njima moći koristiti i budući naraštaji, ona se odnosi na održavanje zaliha kapitala;
- Tehnološka održivost zahtijeva razvoj i primjenu tehnologije tako da se u proizvodnji koristi tehnologija koja uz ekonomske učinke ima i elemente kojima se štiti okoliš.

Koncept održivog turističkog razvoja također se temelji na primjeni ekonomskih, ekoloških i sociokulturnih načela. Pronaći pravu ravnotežu među njima znači osigurati cjelovitu i dugotrajnu održivost kako turizma, tako i manifestacija.²⁷ Manifestacije je potrebno planirati prema zahtjevima tržišta, ali u skladu s ekološkim, sociokulturnim i tehnološkim ograničenjima određenog turističkog prostora.

Ekonomska održivost manifestacija treba omogućiti uspješan razvoj manifestacije, a korištenje i upravljanje resursima od strane javne lokalne uprave i organizatora mora osigurati njihovu očuvanost za buduće naraštaje. Turizam i manifestacije su ekonomska aktivnost što za održivost znači da treba optimizirati stopu rasta manifestacije do granice da ne šteti okolišu u mjestu manifestacije, ali da se ostvaruje ekonomska dobit koja će biti pravedno distribuirana u društvu gdje je i nastala.

Ekološka održivost manifestacija od visoke je važnosti zbog toga što da bi manifestacija bila ekonomski održiva mora biti i ekološki održiva jer o očuvanosti resursa i prostora u kojem se manifestacija nalazi za razvoj te manifestacija ovise ekonomski učinci.

²⁶ Trošt, K.: op. cit., str. 87.

²⁷ Birkić, D.: op. cit., str. 128.

Sociokulturna održivost manifestacija označava društveni resurs i vrijednosti lokalne i autentične kulturne baštine mjesta u kojem se održava manifestacija i zbog toga manifestacije imaju značajnu ulogu u turizmu jer spajaju turista i domaćina odnosno uzrokuju interakciju među ljudima. Domaćin i turist se kod sociokulturne održivosti moraju odgovorno odnositi prema prirodnoj i kulturnoj baštini kako bi se manifestacije mogle održati dugi niz godina.

Održivi turistički razvoj treba moći osigurati **optimalnu upotrebu resursa iz okoliša** (konstituirati ključne elemente u razvoju turizma, održavajući nužne ekološke procese i pomažući u očuvanju prirodnog nasljeđa i biološke različitosti), **poštivati sociokulturnu izvornost (autentičnost) domaćina** (očuvati izgrađeno i životno kulturno nasljeđe i tradicionalne vrijednosti te doprinijeti interkulturalnom razumijevanju i toleranciji) i **omogućiti održive, dugoročne ekonomske aktivnosti** (osiguravajući pravednu distribuciju socioekonomskih koristi svim zainteresiranima uključujući stabilnu zaposlenost, mogućnosti za ostvarivanje dohotka i socijalne usluge domaćoj zajednici te doprinisiti ublažavanju siromaštva).²⁸

3.3. Suradnja između interesnih skupina

Interesnu skupinu možemo definirati kao svaku skupinu ili pojedinca koji ima utjecaja ili je pod utjecajem ciljeva organizacije. Donaldson i Preston (1995) navode da bi grupa ili pojedinac mogli biti interesne skupine da trebaju imati legitiman interes u organizaciji u pokušaju izoliranja legitimnih interesnih skupina koje djeluju u zajednici.²⁹

Interesna udruženja najveću ulogu imaju kod donošenja odluka, strategija i planova s vizijom turističkog razvoja manifestacija. U procesu turističkog razvoja manifestacija moguće je identificirati četiri ključne interesne skupine: javna lokalna uprava i pripadajuće nadzorne agencije, turistička industrija, turisti te lokalno stanovništvo. Kako bi se uveo održivi turistički razvoj u manifestacije važno je identificirati interesne skupine unutar turističke destinacije i njihove međusobne odnose njegovati. Također, održivost manifestacija temelji se na političkoj i materijalnoj podršci ključnih dionika, odnosno podrška dionika presudna je u ispunjavanju društvenih i kulturnih uloga manifestacije na razini zajednice i turističke destinacije.³⁰ Menadžment i kontinuirani uspjeh manifestacija ovise o onim dionicama koji su uključeni u organizaciju manifestacije.

²⁸ Trošt, K.: op. cit., str. 87.

²⁹ Birkić, D.: op. cit., str. 77.

³⁰ Trošt, K.: op. cit., str. 70.

Dioničko sudjelovanje (engl. stakeholder participation) jest pojam koji se koristi kada svi pojedinci, organizacije i skupine izložene utjecaju turističkog razvoja sudjeluju bar djelomično u odlučivanju o pravcima odabranih razvojnih procesa unutar manifestacija turističke destinacije. Dionici (grupe ili pojedinci) mogu utjecati na ostvarenje organizacijskih ciljeva manifestacija.³¹ Oni su aktivno uključeni u organizaciju i mogu biti direktno ili indirektno uključeni u organizaciju manifestacije te utječu na realizaciju organizacije samih manifestacija. Dionici manifestacija su one osobe i skupine s udjelom u nekoj manifestaciji i njezinim rezultatima, uključujući sve skupine koje sudjeluju u proizvodnji te manifestacije, sponzore i donatore sredstava, predstavnike zajednice i svakog onog na kojeg ta manifestacija ima učinka.

Razvoj manifestacije vezan je sa procesom identifikacije dionika. Organizator neke manifestacije prvo mora identificirati dionike, ljude i organizacije na koje će ta manifestacija najvjerojatnije imati nekog utjecaja, zatim ispitati njihove ciljeve i očekivane rezultate te koje će sile koje na njih djeluju indirektno utjecati i na manifestaciju.³²

Svaka od identificiranih interesnih skupina ima specifičnu ulogu u budućem turističkom razvoju manifestacija i oni kao skupina mogu utjecati na realizaciju manifestacije zbog čega je ključno identificirati sve dionike i njihove ciljeve te bi shodno tome morali preuzeti i određenu razinu odgovornosti. Dionike se može podijeliti na primarne i sekundarne dionike; u primarne dionike manifestacija ubrajaju se zaposlenici, volonteri, sponzori, dobavljači, gledatelji, posjetitelji i sudionici, dok u sekundarne dionike se ubrajaju vlada, zajednica-domaćina, hitna služba, mediji i turističke organizacije. Byrd (2007) ističe da su za uključivanje interesnih skupina u proces razvoja važni pravednost, efikasnost, znanje, mudrost i postojanost te da njihovo uključivanje rezultira višestrukim koristima od kojih su najočitiije: generiranje novih ideja, povećano povjerenje, manji konflikti interesa, isplativost te promocija podijeljene odgovornosti.³³ U slučaju organizacije manifestacije nije potrebno da su sve interesne skupine jednako uključene u organizaciju, ali je bitno poznavati i razumjeti njihove interese. Problemi mogu nastati kada se individualne potrebe, ciljevi, očekivanja ili interesi pojedinih dionika međusobno preklapaju ili sukobljavaju ili kad ciljevi jednog dionika prevladavaju u odnosu na ciljeve ostalih dionika. U takvim slučajevima provjerava se sposobnost organizatora manifestacije da uskladi ciljeve dionika, a da istovremeno osigura najbolje moguće uvjete za manifestaciju koju organizira.³⁴

³¹ Birkić, D.: op. cit., str. 78.

³² Trošt, K.: op. cit., str. 70.

³³ Birkić, D.: op. cit., str. 78.

³⁴ Trošt, K.: op. cit., str. 72.

Javni sektor obuhvaća institucionalni sustav koji ima političke ovlasti i moć za učinkovito sustavno upravljanje održivim turističkim razvojem manifestacija. Predstavlja interes javnosti, ne stvara profit, već troši sredstva prikupljena kroz poreze i takse kako bi implementirali politiku i projekte koji donose korist svim dionicima unutar lokalne zajednice i koji služe kao potpora za organizaciju odgovornih i održivih manifestacija.³⁵ Javna lokalna uprava može odabrati ekonomski rast te zanemariti sociokulturne i okolišne resurse gdje javni sektor s potporom nacionalne uprave može intervenirati u cilju zaštite tih resursa ako će to povećati potencijal za buduću akumulaciju kapitala i održavanje budućih manifestacija. On je orijentiran na dugoročno ostvarenje profita održivosti manifestacija.

Privatni sektor uključuje proizvodni sektor, odnosno one koji svojim djelovanjem stvaraju profit, a to podrazumijeva sve ponuđače proizvoda i usluga na određenoj manifestaciji. Prema Middeltonu (1998) mogu se podijeliti u tri grupe: a) oni koji nude smještaj, atrakcije, prijevoz i druge usluge, b) oni koji su uključeni u marketing destinacije, ali nisu locirani u njoj kao što su prijevoznici, turoperator i putničke agencije) i c) banke i druge investicijske agencije koje osiguravaju kapital za turističke poslove.³⁶ Privatni sektor djeluje po principu profita, odnosno zarade te se, kada je riječ o održivosti razvoja manifestacija, najčešće kritizira u smislu da je više orijentiran na kratkoročno ostvarenje profita nego na dugoročnu održivost manifestacija.

Lokalno stanovništvo je pojam koji podrazumijeva sve ljude koji žive u mjestu održavanja manifestacije. Lokalno stanovništvo možemo promatrati s obzirom na stavove o turizmu i uočiti gdje se razlikuju mladi od starih, zaposleni od nezaposlenih, oni koji koriste privatne automobile i oni koji koriste javni prijevoz i prema tome prilagoditi manifestaciju prema njima. Kultura, tradicija, nasljeđe, susretljivost, znanje i gostoprimstvo lokalnog stanovništva daje manifestaciji poseban identitet zbog kojeg manifestacija postaje poželjna za posjet.

Turiste sve više karakterizira selektivniji izbor manifestacija i daju veću pažnju doživljaju i kvaliteti, tradiciji i kulturi i interakciji s lokalnim stanovništvom. Primjetna je veća osjetljivost turista na očuvanost okoliša destinacije (WTO, 2002).³⁷ Turisti sve više žele uskladiti svoje putovanje sa svojim željama i životnim stilom te si žele omogućiti neku vrstu kreativnog, fizičkog i duhovnog razvoja.

³⁵ Birkić, D.: op. cit., str. 79.

³⁶ Birkić, D.: op. cit., str. 82.

³⁷ Birkić, D.: op. cit., str. 91.

Turisti bez obzira na razlog posjete nekoj manifestaciji nastoje iskoristiti svaki trenutak za odmor, proširenje svojih znanja, upoznavanja kulture, ljudi i običaja sredine te žele podignuti razinu svoje psihičke i fizičke kondicije.

4. MANIFESTACIJE U FUNKCIJI ODRŽIVOG TURIZMA

Manifestacije čiji organizatori rade na smanjenju negativnih utjecaja na okoliš, zajednicu i budžet, te povećanju pozitivnih utjecaja možemo smatrati manifestacijama koje nastaju i razvijaju se u funkciji održivog turizma. Organizatori samim time imaju priliku inspirirati i potaknuti svoje posjetitelje, ali i sve dionike organizacije na promjenu i podizanje svijesti o održivosti te koliko nam ona može pridonijeti u kvaliteti života.³⁸ Manifestacije koje se razvijaju u funkciji razvoja održivog turizma trebaju počivati na tri temeljna načela, a to su ekonomska, društvena i ekološka načela. Turizam manifestacija je prvenstveno vođen ciljevima ekonomskih pogodnosti, međutim ne treba zanemariti učinke na društvenim razinama, kao i promjenama kada su u pitanju okolišne promjene.

Manifestacije doprinose održivom razvoju jer mogu osvijestiti ljude na očuvanje okoliša, stvoriti nova radna mjesta, zaposliti zabavljače, povećati turističku potrošnju tijekom održavanja, utjecati na pozitivnu medijsku pokrivenost i imidž destinacije. Također manifestacije povećavaju ponos zajednice, kulturnu obnovu, zanimanje za i ulaganje u odredišta/domaćine, povećavaju vrijednost komercijalne imovine i imovine stanovništva.

4.1. Učinci manifestacijskog turizma u destinaciji

Učinci manifestacije koji utječu na destinaciju su socijalni i kulturni, fizički i ekološki, politički i turistički i ekonomski. Organiziranje manifestacije može pozitivno i negativno utjecati na destinaciju.³⁹

- Socijalni i kulturni učinci

Ovi učinci na manifestacije djeluju pozitivno u smislu revitaliziranja tradicije, širenja kulturoloških perspektiva, potiču lokalnu zajednicu na sudjelovanje, izgradnju ponosa lokalne zajednice i vrednovanje društvenih grupa. Također mogu utjecati i negativno, a pod to spada nedolično ponašanje gostiju, krađa, društvena otuđenja i zlouporaba opojnih sredstava što dovodi do gubitka gostoljubivosti domicilnog stanovništva.

³⁸ Eventful.hr, <https://www.eventful.hr/predavanja/uvod-u-odrize-evente/> (16.5.2021.)

³⁹ Tušak, N.: op. cit., str. 20.

- **Fizički i ekološki učinci**

Fizički i ekološki učinci na destinaciju mogu utjecati pozitivno jer povećavaju ekološku svijest sudionika isticanjem prirode na komercijalan način (ukrašavanjem parkova i ulica) i isticanjem prirodnih ljepota (parkovi i rijeke grada Karlovca). Negativni utjecaji se javljaju dolaskom velikog broja turista gdje onda slijede gužve, zagađenja, uništavanje prirode, ometanje bukom i uništavanje naslijeđa.

- **Politički učinci**

Zemlje u kojima se organiziraju manifestacije postižu bolji imidž, bolji međunarodni prestiž i samim time postižu mogućnost ostvarivanja investicija i privlačenje investitora kako iz stranih zemalja tako i iz zemlje održavanja manifestacije. Negativna strana političkog učinka je kao i kod svakog posla rizik neuspjelog organiziranog događaja što smanjuje imidž destinacije. Uz rizik još se spominju loša alokacija sredstava, gubitak pouzdanosti, propagiranje i gubitak vlasničke kontrole lokalne zajednice.

- **Turistički i ekonomski učinci**

Jedan od glavnih razloga održavanja manifestacija je ostvarenje profita s toga se može reći da su pozitivne strane ovih učinaka viši prinosi, povećani porezni prihodi, poslovne prilike, povećanje komercijalne aktivnosti, stvaranje radnih mjesta te promocija destinacije, povećanje broja posjetitelja i produljivanje njihovog boravka u destinaciji manifestacije.

4.2. Ekonomski učinci manifestacija

Pet uzročnih sila koje utječu na stvaranje ekonomskih outputa (ishoda) su: ulaganje i novostvoreni novac (eng. new money), turizam manifestacija, aktivnosti na manifestacijama i obližnjim događanjima, individualna uključenost i uključenost zajednice, te medijska pokrivenost manifestacije (Getz, 2008).⁴⁰

Ekonomski učinci manifestacija su bitni kod promatranja putovanja i potrošnje na tim putovanjima koja se odvijaju zbog održavanja i prisutnosti na određenim manifestacijama. Ta putovanja i promatranje manifestacija bitni su za ostvarivanje boljeg turističkog rezultata, lokalne proizvodnje i povećanja trgovinske razmjene. Cilj ekonomskih učinaka je postizanje što većih ekonomskih koristi kroz duže vremensko razdoblje. To se može postići održavanjem većeg broja manifestacija tijekom dužeg vremenskog perioda.

⁴⁰ Trošt, K.: op. cit., str. 95.

Što se tiče privatnog sektora često dolazi do problema raspoređivanja aktivnosti te organizatori manifestacija i oni koji ih provode trebaju pripaziti da uključe što veći broj poduzetnika u zajednici kako bi osigurali koristi za sve zainteresirane strane, pa i privatni sektor. Lokalna poduzeća mogu povećati kvalitetu manifestacija kroz partnerstva jer na taj način obogaćuju sadržaj manifestacije. Također kroz to partnerstvo poduzeća povećavaju i svoju dobit. Zapošljavanjem velikog broja lokalnih poduzeća i lokalne radne snage ostvaruje se veći profit u lokalnoj zajednici što je dobar put za stvaranje novih manifestacija u budućnosti. U tom smislu pozitivni ekonomski učinci manifestacija mogu se promatrati kroz omogućavanje bolje promocije destinacije i komercijalnu korist, ekonomsku korist, potrošnju posjetitelja, mogućnost zapošljavanja lokalnog stanovništva i razvoj vještina, produženje boravka turista, izgradnju imidža destinacije, privlačenje investicija u destinaciju, poslovni razvoj i urbanu transformaciju (izgradnju objekata i prateće infrastrukture što pridonosi boljem statusu lokacije).

Negativnim učincima manifestacija, u ekonomskom smislu, mogu se smatrati troškovi evakuiranja manifestacija, štete ugledu odredišta, inflacija, nedovoljno korištenje infrastrukture.

Tablica 4.1. Pokazatelji ekonomskih učinaka manifestacija

EKONOMSKI UČINCI	POKAZATELJI
POSLOVNI RAZVOJ I MOGUĆNOST INVESTIRANJA	<ul style="list-style-type: none"> - Broj i vrsta poduzeća koje sudjeluju na manifestaciji - Postotak organizacija koje imaju strateške planove
PROMOCIJA DESTINACIJE	<ul style="list-style-type: none"> - Vrijednost (kn) izdvojena za promociju destinacije u raznim medijima - Broj članka, reklame na tv-u i radio postajama - Broj posjeta novinara
KORISTI I TROŠKOVI ORGANIZIRANJA MANIFESTACIJA	<ul style="list-style-type: none"> - Rast BDP-a - Angažman ostalih djelatnosti prilikom održavanja manifestacija - Potrošnja posjetitelja manifestacije - Troškovi organiziranja manifestacije: uređenje prostora, hrana i piće, audio-vizualni sustav, osiguranje - Broj sklopljenih ugovora o sponzorstvu i iznos sponzorstva

MOGUĆNOST ZAPOŠLJAVANJA I RAZVOJ VJEŠTINA	<ul style="list-style-type: none"> - Broj novootvorenih radnih mjesta - Broj zaposlenih na puno radno vrijeme/pola radnog vremena - Broj osoba uključenih u edukacije
OSTAVŠTINA INFRASTRUKTURE I OBJEKATA	<ul style="list-style-type: none"> - Materijalna vrijednost novo izgrađene infrastrukture i objekata - Troškovi izgradnje infrastrukture i objekata - (Ne)korištenje infrastrukture i objekata

Izvor: Klara Trošt (2012) Vrednovanje manifestacija u funkciji održivog razvoja turističke destinacije.

Doktorska disertacija. Split: Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet

4.3. Društveni učinci manifestacija

Pet uzročnih sila utječu na stvaranje društvenih ishoda, a to su potrošnja i ulaganje u manifestacije, turizam manifestacija te interakcije između domaćina i gostiju, razvoj vezan uz manifestacije, aktivnosti i promet, uključenost zajednice u manifestacije, te medijska pokrivenost manifestacije (Getz, 2008).⁴¹

Manifestacije imaju veliki utjecaj na društvo i društvene koristi. Održavanjem manifestacija podiže se duh zajednice i utjecaj na njihovu emocionalnu i intelektualnu svijest. Također zajednica tj. lokalno stanovništvo ima osjećaj ponosa na svoje mjesto jer održavanjem manifestacija oživljava se i promovira, pomoću različitih medija, kultura i tradicija tog mjesta i štiti identitet lokalne zajednice. Također, manifestacije utječu i na emotivne i intelektualne perspektive sudionika, u smislu zadovoljstva, uživanja u atmosferi, društvene interakcije te stimulacije duha i osjećaja. Ti pozitivni utjecaji mogu potaknuti i stimulirati volontiranje, uključenost zajednice i međukulturnu interakciju i suradnju. Postoje i negativni utjecaji koji se često događaju zbog pretrpanosti, zakrčenosti, buke glazbenih festivala, kriminala, vandalizma i ometanja uobičajenog načina života stanovnika. To stvara preveliku komercijalizaciju kulture što je rezultat gubljenja izvornog oblika života i originalne tradicije domicilnog stanovništva. Manifestacije pridonose mnogo koristi bez obzira na negativne utjecaje, ali neke društvene skupine neće osjetiti te koristi već će osjetiti samo negativne učinke i negativno će utjecati na njih same. To se odnosi na komercijalizaciju kulture i tradicije u svrhu zarade i privlačenja većeg broja ljudi, ali s pozitivne strane ako se pravilno postave organizatori manifestacije mogu biti odlučujući faktor u sprečavanju odumiranja tradicije u Hrvatskoj. Primjer tome bi bila „Međunarodna smotra folkloru u Zagrebu” koja je najuglednija manifestacija izvornog folkloru, „Dani Dioklecijana u Splitu” je manifestacija koja vraća Split u prošlost, „Sinjska alka u Sinju”

⁴¹ Trošt, K.: op. cit., str. 98.

koja održava kulturu u spomen pobjede nad Osmanlijama 1715. godine dugi niz godina i dio je UNESCO-ve kulturne baštine i sl. Primjer komercijalizacije manifestacije i komercijalizacije turističkog mjesta u svrhu zarade, a ne očuvanja je “Ultra music festival” u Splitu. Mnogi turisti koji su u potrazi za mirnim odmorom u krugu svojih obitelji izbjegavaju ovu destinaciju za vrijeme održavanja manifestacije upravo iz razloga povećane buke, prometne gužve, gužve na plažama, neprimjereno odloženog smeća, gužve na javnim površinama i neugodnih mirisa.⁴² Od pozitivnih učinaka tako možemo izdvojiti ponos zajednice, poboljšanje kvalitete života stanovnika, slavljenje vrijednosti zajednice, a od negativnih učinaka pretrpanost, zakrčenost, buka, kriminal, vandalizam, ometanje uobičajenog načina života stanovnika.

Tablica 4.2. Pokazatelji društvenih učinaka manifestacija

DRUŠTVENI UČINCI	POKAZATELJI
SLAVLJENJE VRIJEDNOSTI ZAJEDNICE	<ul style="list-style-type: none"> - Osjećaj pripadnosti zajednici - Odnos posjetitelja i domicilnog stanovništva
PONOS ZAJEDNICE	<ul style="list-style-type: none"> - Broj pozitivnih pisama sa dojmovima uredniku lokalnih novina - Broj pozitivnih dojmova na Internet forumu
KVALITETA ŽIVOTA REZIDENTA I POSJETITELJA	<ul style="list-style-type: none"> - Obogaćivanje sadržaja za provođenje slobodnog vremena posjetitelja i domicilnog stanovništva - Stvaranje/obnavljanje društvenih odnosa među posjetiteljima i rezidentima - Eliminiranje arhitektonskih barijera za slobodno kretanje hendikepiranih osoba - Informiranje domicilnog stanovništva o donošenju odluke o održavanju manifestacije - Gubitak tradicionalnih vrijednosti - Ometanje uobičajenog načina života domicilnog stanovništva

⁴² Bradarić, I.: Utjecaj "party" turizma na receptivnu destinaciju (Ultra Europe Split), Ekonomski fakultet, Sveučilište u Splitu, Split, 2019., str. 32

	<ul style="list-style-type: none"> - Iskorištavanje i očuvanje tradicijske i kulturne baštine kao resursa u turističkoj ponudi
ŠTETE UGLEDU DESTINACIJE	<ul style="list-style-type: none"> - Prenatrpanost, zakrčenost, buka - Kriminal, vandalizam

Izvor: Klara Trošt (2012) Vrednovanje manifestacija u funkciji održivog razvoja turističke destinacije.

Doktorska disertacija. Split: Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet

4.4. Okolišni učinci manifestacije

Pet uzročnih sila utječu na stvaranje okolišnih ishoda, a to su ulaganja i razvoj, turizam manifestacija, aktivnosti, promjena namjene zemljišta, individualna uključenost i uključenost zajednice te medijska pokrivenost manifestacije (Getz, 2008).⁴³

Manifestacije mogu imati jako negativan utjecaj na okoliš zbog povećane gužve, velike količine otpada, manjka mjesta za odlaganje otpada, razine buke, povećanog prometa što utječe na onečišćenje zraka, uništavaju se zelene površine te se ponekad događa da se ošteti i povijesna i kulturna imovina. Zbog toga organizatori manifestacija, promotori i lokalna vlast trebaju prilikom osmišljavanja i organiziranja manifestacija promišljati kako umanjiti negativne učinke manifestacija prema okolišu. Također uništavanje fizičkog i prirodnog okoliša, promjena namjene zemljišta, onečišćenje plaža, jezera i rijeka, te pogoršavanje stanja kulturnih i povijesnih resursa negativni su okolišni učinci održavanja manifestacija i to je jedna od najbitnijih stvari na koje treba pripaziti kako bi se održao pozitivan odnos turizma i manifestacija.

Općenito, sve je više mišljenja da turizam, manifestacije i prevelik broj posjetitelja donose negativne učinke i štetu destinaciji, ali s druge strane, postoje i pozitivni učinci na okoliš ako se manifestacije održavaju s ciljem podizanja svijesti o okolišu, promociji zaštite okoliša i njegovom očuvanju. Tako se može očuvati okoliš te kulturna i povijesna baština, a da se održi visok stupanj turizma i održavanja manifestacija. ZADRA NOVA (agencija za razvoj Zadarske županije) podržava održavanje utrke “Wings for Life World Run” i to kroz projekt “Zero Waste Blue” koji promovira očuvanje okoliša tijekom sportskih manifestacija.

⁴³ Trošt, K.: op. cit., str. 101.

Projektna ideja temelji se na činjenici kako se posljednjih godina povećao broj sportskih događanja i sudionika, a samim time i količine otpada koji ostaje nakon takvih događanja što ima izrazito negativan utjecaj na okoliš. Stoga je cilj “Zero Waste Blue” projekta zaštita i promocija prirodne i kulturne baštine na prostoru na kojem se organiziraju sportsko-rekreativne manifestacije.⁴⁴

Tablica 4.3. Pokazatelji ekoloških učinaka manifestacija

OKOLIŠNI UČINCI	POKAZATELJI
JACANJE SVIJEŠTI O ZNAČENJU ČISTOG I OČUVANOG OKOLIŠA KAO FAKTORA PRIVLAČNOSTI ZA MANIFESTACIJU	- Broj održanih edukacija, broj polaznika, iznos potrošen za promociju
EKOLOŠKE AKTIVNOSTI I SKRB O OKOLIŠU	- Broj održanih ekoloških aktivnosti
EDUKACIJA I PROMOCIJA EKOLOŠKIH PROGRAMA	- Broj održanih edukacija, broj polaznika, iznos potrošen za promociju ekoloških programa
KORIŠTENJE JAVNOG PRIJEVOZA	- Broj prodanih karata za dane održavanja manifestacije
POTROŠNJA PAPIRA	- Kilogrami potrošenog papira
POTROŠNJA ELEKTRIČNE ENERGIJE	- kWh potrošene električne energije
POTROŠNJA VODE	- Litre potrošene vode
STVORENI OTPAD	- Kilogrami stvorenog otpada

Izvor: Klara Trošt (2012) Vrednovanje manifestacija u funkciji održivog razvoja turističke destinacije.

Doktorska disertacija. Split: Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet

⁴⁴ Zadarski.hr, <https://zadarski.slobodnadalmacija.hr/zadar/tribina/kroz-projekt-zero-waste-blue-promoviraju-ocuvanje-okolisa-tijekom-sportskih-manifestacija-601356> (17.05.2021.)

5. KULTURNA MANIFESTACIJA „ADVENT U KARLOVCU”

U ovom poglavlju pobliže će se prikazati s organizacijskog aspekta kulturna manifestacija „Advent u Karlovcu“ koja može poslužiti kao dobar primjer kako manifestacije mogu doprinijeti održivom turističkom razvoju destinacije.

5.1. „Advent u Karlovcu“

Prvi „Advent u Karlovcu” održao se u gradu Karlovcu od 15. do 30. prosinca 2017. godine. Karlovčani i gosti 16 dana uživali su u bogatom i raznolikom gastronomskom i umjetničko-zabavnom programu u kojemu je sudjelovalo oko 700 sudionika. Nositelj manifestacije je grad Karlovac, a organizator manifestacije „Izvan fokusa”.⁴⁵

Misija „Adventa u Karlovcu” jeste ostvariti sinergiju privatnog, civilnog i javnog sektora kroz ujedinjavanje razjedinjenih programa i okupljanje raznih dionika nositelja ugostiteljske, trgovačke i kulturne ponude u cilju zajedničke suradnje i motivacije građana na sudjelovanje u kulturno-zabavnom programu.⁴⁶

Vizija „Adventa u Karlovcu” jeste postavljanje samoodrživog, ekonomski isplativog i odlično posjećenog gastronomskog, umjetničko - zabavnog i kulturnog programa. Advent prostorno oživljava grad i prezentira gradske umjetnike te dovodi posjetitelje iz ostalih dijelova Hrvatske i inozemstva. „Advent u Karlovcu” želi ostvariti prepoznatljivost i izvan grada Karlovca te time doprinijeti razvoju identiteta turističke, a ne tranzitne destinacije.⁴⁷

Šetnica dr. Franje Tuđmana je mjesto gdje se održavao „Advent u Karlovcu”, a glazbeni program se održavao na paviljonu koji je pozicioniran na samoj šetnici. Prostor je okružen travnatim površinama i popločenim šetnicama što dovodi do malih problema postavljanja kućica za ugostitelje i trgovce, dovođenja struje i vode te velikih količina smeća, ali uz dobru suradnju organizatora i partnera bilo je to brzo i kvalitetno riješeno. Za kućice se postavljao šljunak i drvene podloge te se postavila velika drvena platforma u parku ispod adventa gdje je bilo još ugostitelja kako se ne bi uništila travnata površina, bio je postavljen veliki broj koševa za smeće, uz izvrsnu suradnju s komunalnim poduzećem „Čistoća“ grada Karlovca koja je redovito prikupljala i odvozila otpad s područja adventa i praznila koševе. Od velike pomoći u tom smislu bili su i ostali dionici i volonteri. Zahvaljujući dobroj suradnji ključnih dionika sva

⁴⁵ Janković, G.: Organizacija posebnog događanja i odnosi s javnošću na primjeru adventske manifestacije, Veleučilište Vern, Zagreb, 2018., str. 7

⁴⁶ Janković, G.: op. cit., str. 14.

⁴⁷ Ibidem, str. 14.

potrebna komunalna infrastruktura bila je uspješno postavljena uz maksimalnu sigurnost svih sudionika.

„Izvan fokusa” kao organizator „Adventa u Karlovcu” tijekom organizacije ove manifestacije je provodio i mislio na održivi razvoj same destinacije na visokoj razini. Kao primjer možemo uzeti to da se pazilo na otpad s taktički poslaganim kantama za smeće po adventu i sav otpad koji je dolazio od strane ugostitelja i prodavača je biorazgradiv kao što su drveni pribor za jelo, papirnati tanjuri, čaše i slamke od kartona i slično. Na buku se pazilo da onaj dio programa koji se provodi preko razglasa kao što su muzika, govori i živa glazba bude u odgovarajućem vremenu kako bi se što više smanjilo smetanje okolnim stanarima s time da je advent tako pozicioniran da nije jako blizu samim stanarima. Uključeno je što više domaćih i lokalnih proizvođača i ugostitelja kako bi se razvijalo gospodarstvo lokalne zajednice i što se tiče javne imovine i kulturnih vrijednosti tu su bili zaštitari koji su pazili na red. Ugostitelji na „Adventu u Karlovcu” 2019. su bili Restoran DP, slana i slatka kućica; Bistro Kastel; Mr. Bjorg; PPK; Cocktail Corner; Dimbek kod Špehara; Caffè bar VIP; obrt Ukus; obrt Bosiljevac; a trgovci na adventu su bili Paviljon Katzler; trgovina Digo; Rhapsody; obrt Bosiljevac; i udruga „Jak kao Jakov“. Sve to govori prilog izvrsne suradnje ključnih dionika koji su se ujedinili da bi zajedničkim snagama ostvarili pojedinačne vlastite ciljeve koje pojedinačno nikako ne bi mogli ostvariti.

Prilikom organizacije i provođenja manifestacije uočeni su određeni negativni učinci manifestacije kao što je navedeno u odlomku „Društveni učinci manifestacija”, a to su pretrpanost, zakrčenost, buka, kriminal, vandalizam, ometanje uobičajenog načina života stanovnika plus ekonomski i okolišni učinci. Organizatori su naučili od prošlih godina te probleme, usvojili su ih te pokušali što više umanjiti.

5.2. Organizatori „Adventa u Karlovcu”

„Izvan fokusa” kao organizator „Adventa u Karlovcu” prije samog adventa stekao je iskustvo i znanje kroz ostale manifestacije koje je organizirao i vodio, a tu se mogu ubrajati proslava dana grada Karlovca, sedam izdanja festivala za mlade fotografe „Foto dani mladih” te četiri izdanja glazbenog festivala „PickUp Music festival”.

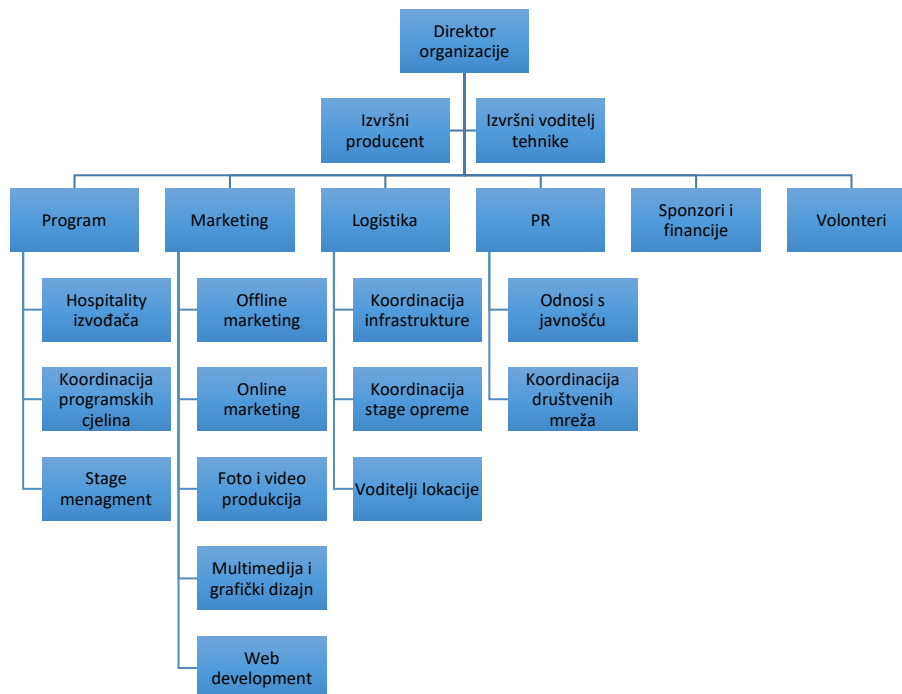
Na svim tim manifestacijama „Izvan fokusa” je stekao dobru reputaciju i iskustvo u gradu Karlovcu i to im je najveća snaga i poticaj koji je doveo do odluke o organiziranju „Adventa u Karlovcu”. Lokalno stanovništvo je bilo nezadovoljno s oskudnim sajmom tijekom Božića i nedostatku same adventske manifestacije te je i to bio veliki poticaj da se nešto poduzme.

„Izvan fokusa” je kroz sav svoj rad stekao dobar imidž i okupio puno partnera, klijenata i mladih ljudi koji su voljni raditi i volontirati kako bi podigli Karlovac ljestvicu više kod broja i kvalitete manifestacija, kulturnih događaja, okupljanja i sl.

Sami organizacijski tim „Izvan fokusa” kod organizacije „Adventa u Karlovcu” broji oko deset osoba koji su zaposleni na puno radno vrijeme s time da se tu još nalaze ljudi koji rade povremeno. Oni dolaze na advent kada je potrebno kao npr. snimiti najbitnije dijelove festivala, pripremiti promotivne materijale i sl. Uz plaćene radnike tu su još i volonteri koji su vrlo bitni jer su uz svoju marljivost i željom za bolju zajednicu puno pomogli kod ostvarivanja ovog pothvata.

Veliku pomoć u organizaciji pružili su sponzori i partneri: Karlovačka banka, Heineken, Coca Cola, D-Color, Kotanyi, Turistička zajednica grada Karlovca, Zelenilo d. o. o., Čistoća Karlovac, Mladost, Vodovod i kanalizacija d. o. o. Karlovac, Carpe Diem, RIPS, Radio Mrežnica, Kaportal, Prvi Karlovački, Trend radio i Trend televizija.⁴⁸

Slika 5.1. Shema organizacijske strukture Adventa u Karlovcu



Izvor: Gabriel Janković: ORGANIZACIJA POSEBNOG DOGAĐANJA I ODNOSI S JAVNOŠĆU NA PRIMJERU ADVENTSKE MANIFESTACIJE

⁴⁸ Janković, G.: op. cit., str. 29.

Ova shema predstavlja funkcijski oblik organizacijske strukture koji karakterizira grupiranje sličnih ili neposredno ovisnih i uvjetovanih poslova. To je najstariji i najrašireniji oblik organizacijske strukture.⁴⁹ On se obavlja tako da se poslovne funkcije međusobno povežu i slažu u odgovarajući sektor. Kod Izvan fokusa to znači da od samog direktora pa do volontera postoji povezanost pomoću koje svi surađuju međusobno i međusobno si mogu pomoći s time da s ovakvom organizacijom si olakšavaju posao raspodjelom poslova kroz sektore.

5.3. „Advent u Karlovcu” i održivi razvoj turizma u destinaciji

„Advent u Karlovcu“ od kada se prvi put održao stvara pozitivne utjecaje na grad Karlovac i građane. Stanovništvo je dobilo priliku zadovoljiti svoje potrebe za izlaskom i druženjem, susret s rodbinom i prijateljima, turistički sektor dobio je još jedan kvalitetan i sadržajan proizvod koji grad Karlovac podiže na jednu novu turističku razinu te privatni sektor dobio je mogućnost plasiranja i prodaje svojih proizvoda i usluga. Održavanje adventa ima značajan utjecaj na društvo, okoliš i gospodarstvo i zato možemo reći da je ta manifestacija održiva.

S društvenog aspekta „Advent u Karlovcu” je građane približio jedne drugima, podigao kulturni i društveni napredak i poboljšao identitet zajednice. Pozitivna ostavština manifestacija uključuje jačanje tradicije i vrijednosti koje rezidenti posjeduju. Jačanje tradicije i kulturne vrijednosti rezidente potiče na volontiranje, uključivanje u zajednicu i međukulturnu interakciju i suradnju. Uspješnost manifestacije „Adventa u Karlovcu” jednim dijelom počiva i na predanom volontiranju mladih građana grada Karlovca. Organiziranjem adventa pojavili su se i novi volonteri, veća zainteresiranost za uključivanje u društvena događanja, povećao se sam osjećaj pripadnosti zajednici i odnos između posjetitelja i domicilnog stanovništva.

Prostor gdje se turističke aktivnosti neposredno odvijaju treba biti kvalitetan i atraktivan. U Karlovcu to se odnosi ponajviše na okoliš i rijeke jer se Karlovac smatra zelenim gradom, ima 4 rijeke i to je ono što privlači turiste. Čak i u zimskom razdoblju krajolik poprima posebnu atmosferu koja privlači ljude da posjete Karlovac. Uz sve to tu se nalazi i manifestacija „Advent u Karlovcu” koja podiže destinaciji imidž. Zbog adventa parkovi u Karlovcu su prostorno iskorišteni i puni turista, ali i domicilnog stanovništva. Zbog povećanog broja ljudi organizatori su organizirali da se oko parkova postavi više koševa za smeće, povećala sigurnost oko prostora događanja adventa, češće čisti prostor i da su svi pribori za jelo i čaše za piće biorazgradivi. To

⁴⁹ Buble, M.: Osnove menadžmenta. Sinergija nakladništvo d. o. o., Zagreb, 2006.

je dovelo do povećanja svijesti posjetitelja o održivom razvoju i očuvanom prostoru tokom i nakon adventa.

„Advent u Karlovcu” razvija lokalnu ekonomiju ulaganjem, zapošljavanjem i uključivanjem lokalnih obrtnika i ugostitelja u sudjelovanje u adventu kako bi se mogli promovirati i pokazati lokalnom stanovništvu u najboljem svjetlu. Također organizatori adventa s bogatim programom kao npr. adventska utrka, glazbeni programi, hrana i piće, dječji programi i sl. uključuju sve sudionike manifestacije što podiže imidž grada Karlovca i produžuje boravak turista te ostavlja turiste zadovoljnima što može dovesti do povećanja turističkog prometa i zarade u budućnosti i to ne samo u vrijeme adventa. Rezultati istraživanja koje je osam studenata karlovačkog Veleučilišta provelo, na uzorku od 350 ispitanika, u vremenu od 14. do 30. prosinca 2018. godine, koji su posjetili „Advent u Karlovcu” pokazuju da je on pa gotovo u potpunosti uspio, da je zadovoljio očekivanja i što je najvažnije, 85 posto domaćih posjetitelja, izletnika i turista najavilo je odlazak i na advent 2019. godine.⁵⁰

⁵⁰ Karlovači.hr, <https://karlovacki.hr/karlovacki-advent-zadovoljio-ocekivanja-85-posto-ispitanika-dolazi-i-ove-godine/> (17.05.2021.)

6. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

6.1. Metodologija istraživanja

U cilju izrade ovog završnog rada koristile su se metode znanstvenog istraživanja prikladne za obradu predmeta istraživanja. Prva faza istraživanja odnosila se na provođenje sekundarnog istraživanja postojećih izvora podataka. Istraživale su se različite relevantne dostupne stručne i znanstvene literature, baze podataka i stručne publikacije. U tu svrhu korištena je metoda istraživanja za stolom (engl. desk research). Druga faza istraživanja odnosila se na provođenje istraživanja putem anketnog upitnika. Provelo se istraživanje putem anketnog upitnika u cilju izrade završnog rada kojim se anketiralo osobe koje su izravno ili usko povezane uz osmišljavanje, provođenje, organizaciju i ostvarivanje događaja i manifestacija u gradu Karlovcu. Anketni upitnik je kreiran kako bi se istražili stavovi ključnih dionika kod organizacije manifestacija s aspekta održivosti tih manifestacija grada Karlovca. Ispitivanje dionika je trajalo u periodu od 15.6. Do 19.7. 2021. godine. Anketni upitnik za ključne dionike distribuiran je putem interneta, odnosno e-maila. Prethodno se telefonski komuniciralo s ključnim dionicima, ispitanicima, gdje im je objašnjeno da se provodi istraživanje za potrebe izrade završnog rada, što je tema istraživanja, da je istraživanje anonimno i da ih molimo da se dobrovoljno priključe istraživanju. Istraživanje je proveo autor rada. Dionici, ispitanici koji su se odazvali anketnom istraživanju su predstavnici poslovnih organizacija kako slijedi: Carpe diem - Udruga mladih, Izvan fokusa - Organizator „Adventa u Karlovcu”, Croatia Open Land Tours - turistička agencija za avanturistički i ruralni turizam, Hrvatska gospodarska komora Karlovac - Krovna kuća domaćeg poduzetništva, KA-MATRIX - Udruga nezavisne kulture i novih medija, neformalnog obrazovanja i aktivizma mladih, LEADER mreža Hrvatske - Inicijativa Europske unije za potporu projektima ruralnog razvoja. Radna mjesta dionika, ispitanika, koji su se odazvali ovom anketnom upitniku su: administrator, voditelj odnosa s medijima i asistent produkcije, viši stručni suradnik, voditelj promocije i koordinator aktivnosti, voditelj projekta, koordinator na projektu, izvršna produkcija, voditeljica centra za mlade, koordinatorica međunarodnih aktivnosti, NGO - non-governmental organization (nevladina organizacija), direktor.

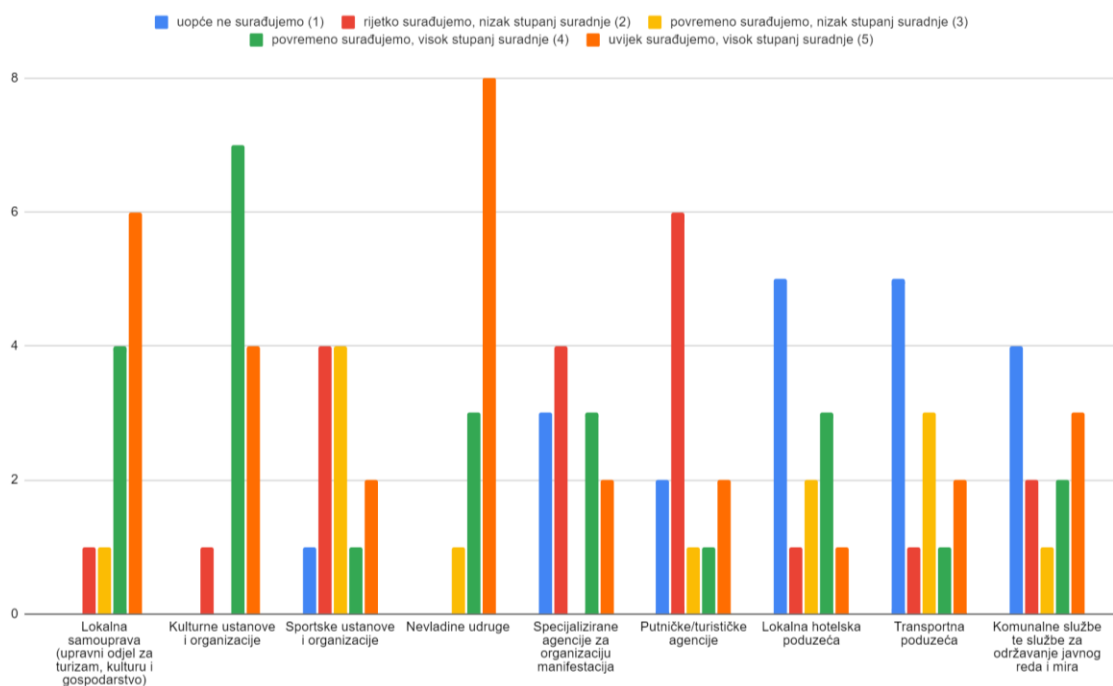
Stavove ključnih dionika kod organizacije manifestacija s aspekta održivosti tih manifestacija u gradu Karlovcu promatralo se kroz varijable - suradnje, praćenje indikatora održivosti, stavovi o ulozi i značenju kulturnih manifestacija u gradu Karlovcu, potencijali

grada Karlovca za stvaranje kulturnih manifestacija, te broju kulturnih manifestacija u gradu Karlovcu. Anketni upitnik je napravljen kao mreža s višestrukim odabirom pomoću google obrasca u kojem su ispitanici mogli odabrati razinu suradnje s određenim dionicima, tehnike i metode praćenja, razinu slaganja s određenim izjavama, demografska pitanja kao što su spol i dob i njihovo radno mjesto i u kojoj organizaciji rade. Naziv anketnog upitnika: “Ispitivanje stavova ključnih dionika za uspostavu i organizaciju kulturnih manifestacija s aspekta održivosti.” Podaci prikupljeni primarnim istraživanjem analizirani su odgovarajućim deskriptivnim statističkim metodama. Rezultati istraživanja slijede u nastavku.

6.2. Rezultati anketnog istraživanja

U nastavku slijedi grafikon 6.1. koji prikazuje rezultate istraživanja o razini suradnje među ključnim dionicima s aspekta kreiranja - predlaganja ideja o manifestacijama u gradu Karlovcu. Ispitanici su zamoljeni da ocijene razinu suradnje ocjenom od 1 do 5 (1 – uopće ne surađujemo, 5 – uvijek surađujemo).

Grafikon 6.1. Razina suradnje s aspekta kreiranja - predlaganja ideja o manifestaciji

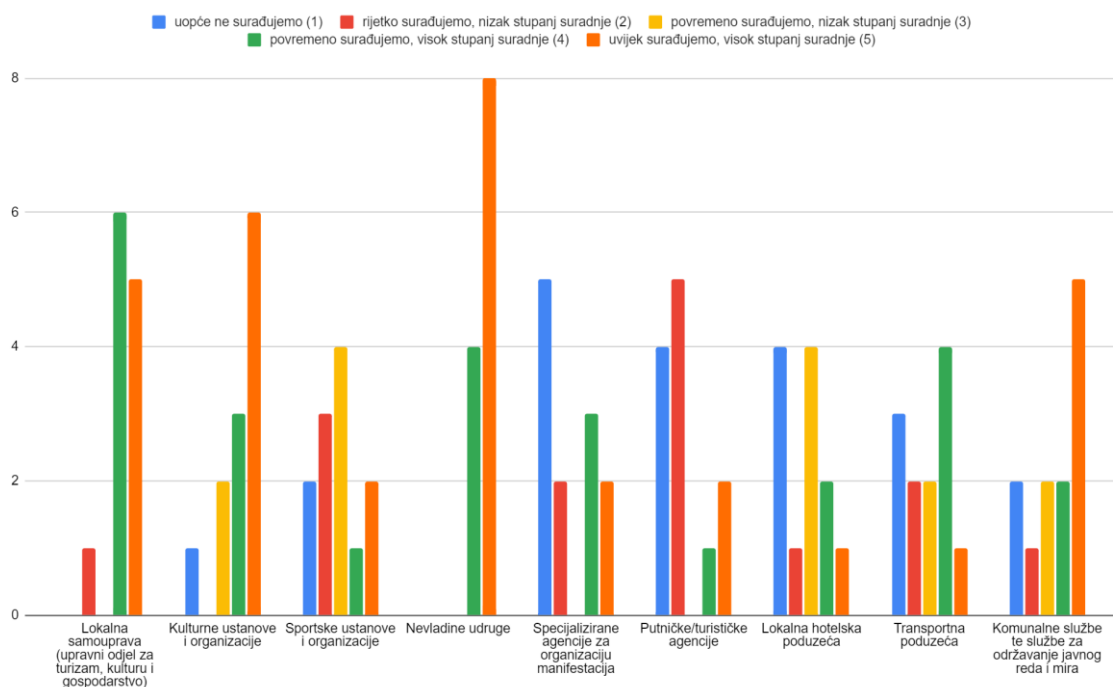


Izvor: autor

Iz grafikona možemo vidjeti da najveći stupanj suradnje dionici imaju s nevladinim udrugama, lokalnom samoupravom i kulturnim ustanovama i organizacijama kod kreiranja i predlaganja ideja za osmišljavanje manifestacija u gradu Karlovcu dok 50% ispitanika rijetko ili uopće ne surađuju s lokalnim hotelskim poduzećima, transportnim poduzećima, specijaliziranim agencijama za organizaciju manifestacija i komunalnom službom. Dionici s ostalim navedenim službama kao što su sportske ustanove i putničke/turističke agencije ili rijetko ili povremeno surađuju.

Grafikon 6.2. prikazuje rezultate istraživanja o razini suradnje među ključnim dionicima s aspekta kontrole izvođenja manifestacija u gradu Karlovcu (za vrijeme održavanja i nakon manifestacije, sigurnost sudionika manifestacije). Ispitanici su zamoljeni da ocijene razinu suradnje ocjenom od 1 do 5 (1 – uopće ne surađujemo, 5 – uvijek surađujemo).

Grafikon 6.2. Razina suradnje s aspekta kontrole izvođenja manifestacija



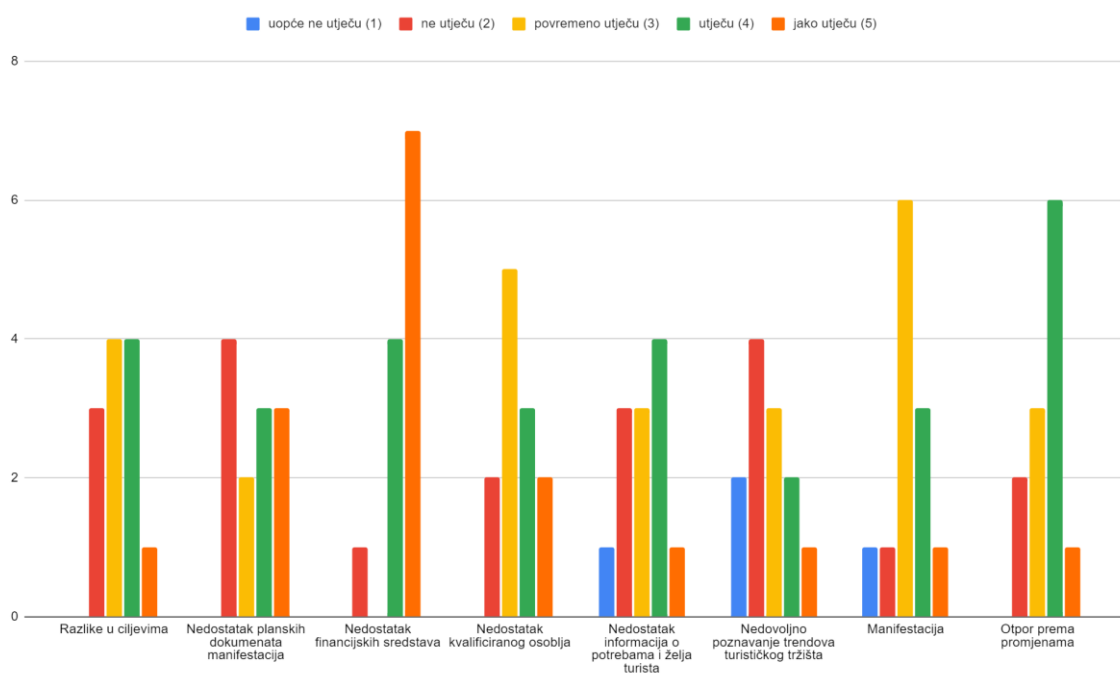
Izvor: autor

Ovaj grafikon prikazuje da najveći stupanj suradnje dionici imaju s nevladinim udrugama, a onda s lokalnom samoupravom, kulturnim ustanovama i organizacijama i komunalnim službama te službama za održavanje javnog reda i mira kod kontroliranja i izvođenja manifestacija u gradu Karlovcu za vrijeme održavanja manifestacije i nakon manifestacije. Preko 50% dionika uopće ili rijetko surađuju sa specijaliziranim agencijama za organizaciju

manifestacija i sa putničkim/turističkim agencijama. Ostale službe kao što su lokalna hotelska poduzeća, sportske ustanove i organizacije i transportna poduzeća su poduzeća s kojima dionici svega povremeno surađuju.

Grafikon 6.3. prikazuje zapreke koje su utjecale na suradnju za razvoj kulturnih manifestacija u gradu Karlovcu i koliko su utjecale na suradnju između ključnih dionika bitnih za razvoj kulturnih manifestacija. Ispitanici su zamoljeni da ocijene razinu utjecaja ocjenom od 1 do 5 (1 – uopće ne utječu, 5 – jako utječu).

Grafikon 6.3. Zapreke koje su utjecale na suradnju za razvoj kulturnih manifestacija u gradu Karlovcu

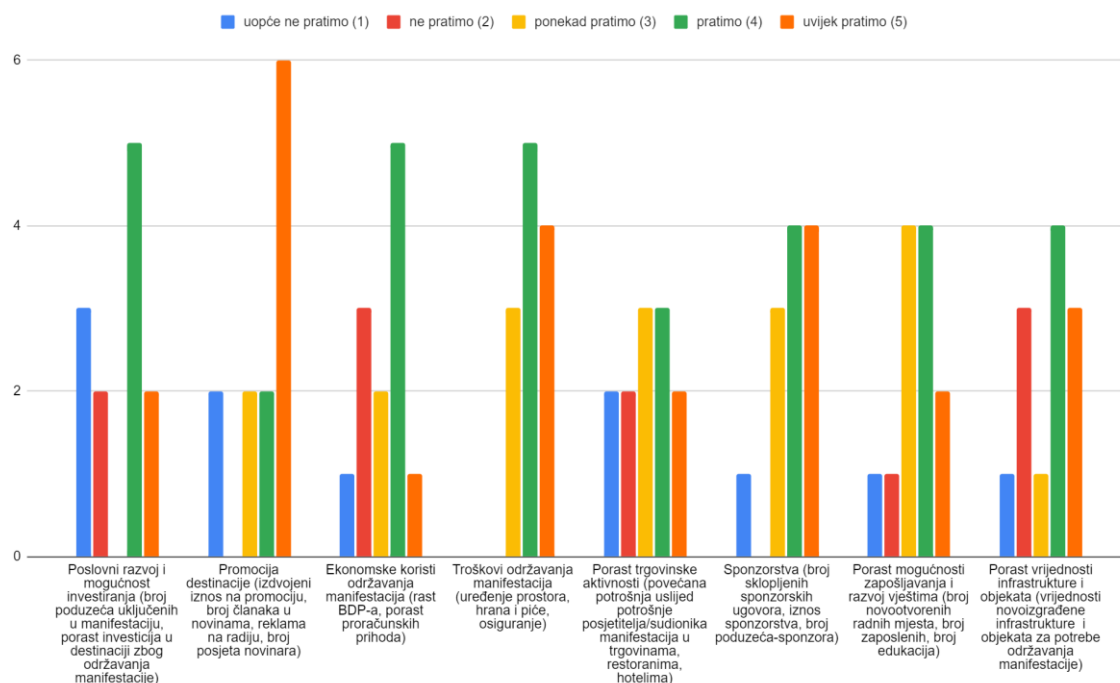


Izvor: autor

Zapreke koje su najviše utjecale na suradnju između dionika i ostalih ključnih dionika bitnih za razvoj manifestacija su nedostaci finansijskih sredstava te njih odmah prati i otpor prema promjenama. Zapreke kao što su razlike u ciljevima, nedostatak kvalificiranog osoblja, nedostatak informacija o potrebama i željama turista i sama manifestacija kod većine ispitanika povremeno utječe na suradnju s ključnim dionicima. Nedostatak planskih dokumenata manifestacija i nedovoljno poznavanje trendova turističkog tržišta su zapreke koje u 50% slučajeva se ne smatraju kao zapreke ili su povremeno zapreke koje utječu na suradnju.

Grafikon 6.4. prikazuje indikatore ekonomske održivosti kulturnih manifestacija grada Karlovca. Ispitanici su zamoljeni da ocijene razinu praćenja tih indikatora ocjenom od 1 do 5 (1 – uopće ne pratimo, 5 – uvijek pratimo).

Grafikon 6.4. Indikatori ekonomske održivosti kulturnih manifestacija grada Karlovca

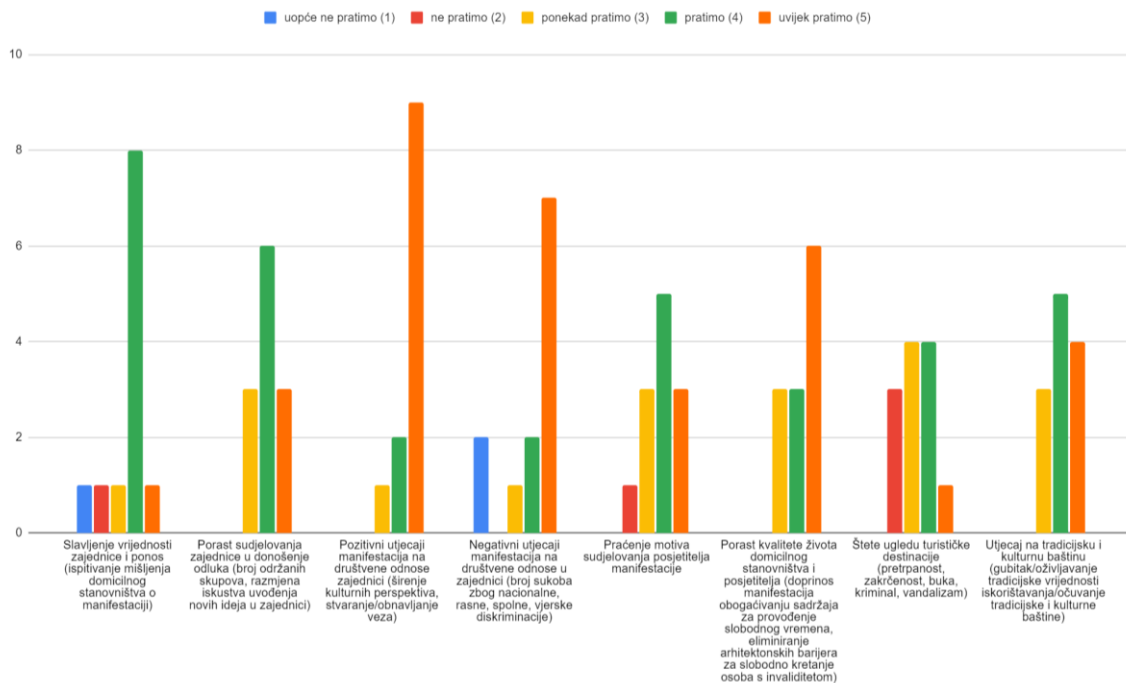


Izvor: autor

Iz grafikona možemo vidjeti da dionici najviše prate promociju destinacije (izdvojeni iznos na promociju, broj članaka u novinama, reklama na radiju, broj posjeta novinara), troškove održavanja manifestacija (uređenje prostora, hrana i piće, osiguranje), sponzorstva (broj sklopljenih sponzorskih ugovora, iznos sponzorstva, broj poduzeća-sponzora). Zadnja 3 indikatora koji ulaze u kategoriju koju ljudi najviše prate su poslovni razvoj i mogućnost investiranja, porast mogućnosti zapošljavanja i porast vrijednosti infrastrukture i objekata kao indikator ekonomske održivosti kulturnih manifestacija grada Karlovca. To su svi indikatora koje više od 50% ispitanika aktivno prati. Ekonomske koristi održavanja manifestacije 50% prati, a 50% ne prati ili samo ponekad prati te porast trgovinske aktivnosti 58% ne prati i samo ponekad prati dok 42% prati ili uvijek prati.

Grafikon 6.5. prikazuje indikatore društvene održivosti kulturnih manifestacija grada Karlovca. Ispitanici su zamoljeni da ocijene razinu praćenja tih indikatora ocjenom od 1 do 5 (1 – uopće ne pratimo, 5 – uvijek pratimo).

Grafikon 6.5. Indikatori društvene održivosti kulturnih manifestacija grada Karlovca

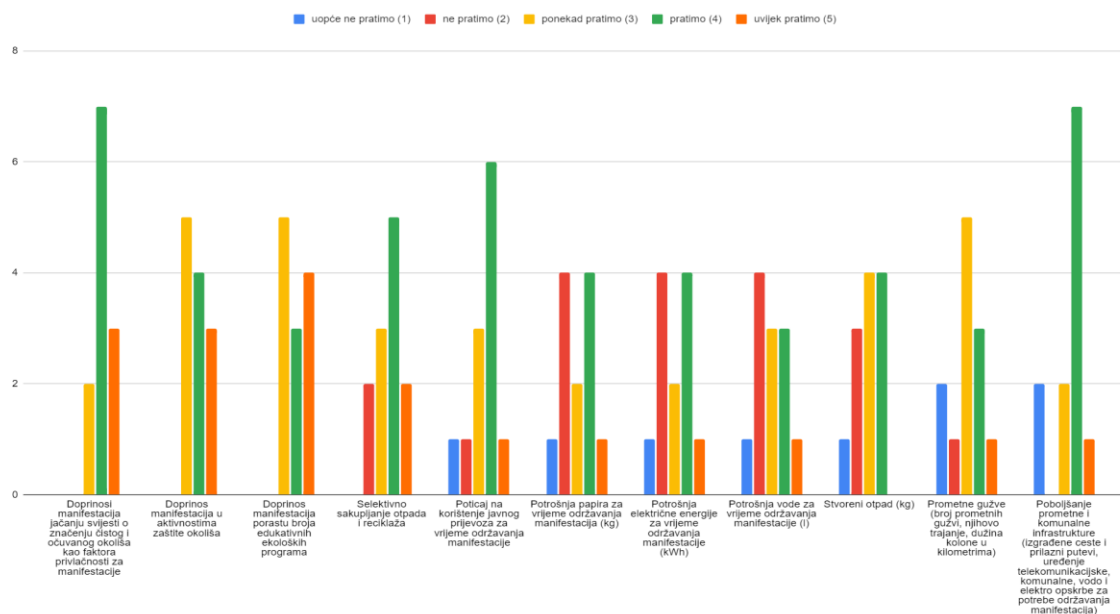


Izvor: autor

Prema ovom grafikonu dionici najviše prate pozitivni utjecaj manifestacija na društvene odnose zajednice (širenje kulturnih perspektiva, stvaranje/obnavljanje veza) kao indikator društvene održivosti kulturnih manifestacija grada Karlovca. Nakon toga dionici su slično odabrali u velikom broju indikatore koje prate ili uvijek prate, a to su slavljenje vrijednosti zajednice i ponos, porast sudjelovanja zajednice u donošenju odluka, negativni utjecaji manifestacija na društvene odnose zajednici, praćenje motiva sudjelovanja posjetitelja manifestacije, porast kvalitete života domicilnog stanovništva i posjetitelja i utjecaj na tradicijsku kulturnu baštinu. Za sve ove indikatore 75% i više dionika je reklo da ih prate ili uvijek prate. Jedini indikator koji ima ispod više od 50% odgovoreno da ga ne prate ili svega ponekad prate je šteta ugledu turističke destinacije.

Grafikon 6.6. prikazuje okolišne indikatore održivosti kulturnih manifestacija grada Karlovca. Ispitanici su zamoljeni da ocijene razinu praćenja tih indikatora ocjenom od 1 do 5 (1 – uopće ne pratimo, 5 – uvijek pratimo).

Grafikon 6.6. Indikatori okolišne održivosti kulturnih manifestacija grada Karlovca



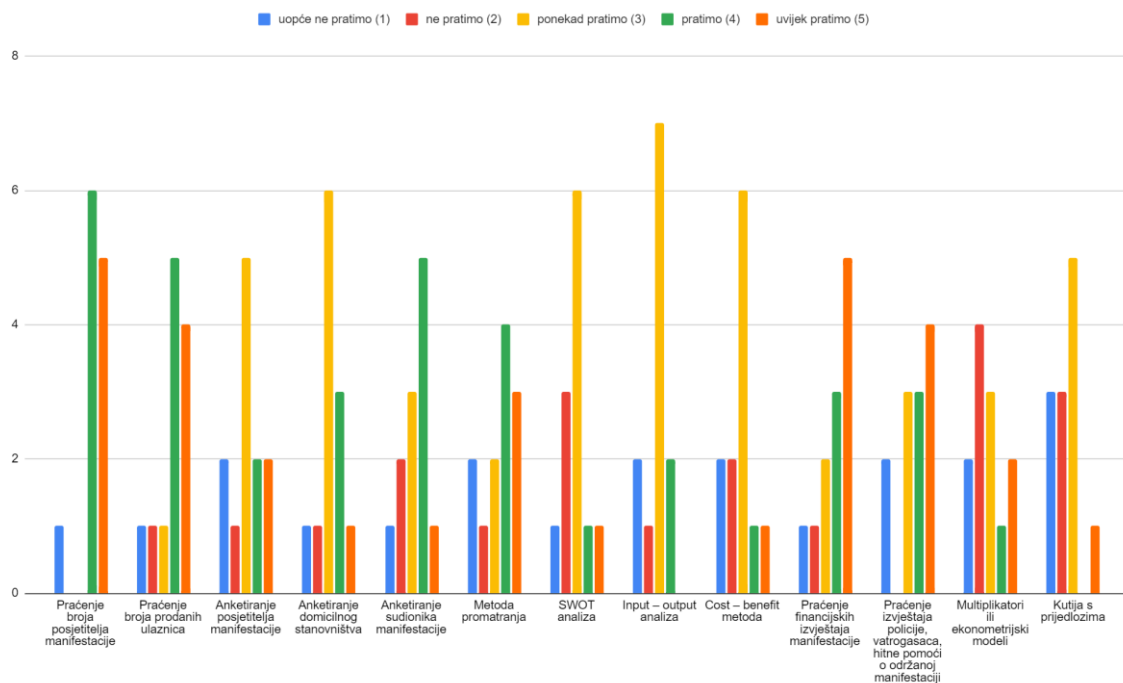
Izvor: autor

Grafikon prikazuje da dionici prate doprinose manifestacija jačanju svijesti o značenju čistog i očuvanog okoliša kao faktora privlačnosti za manifestacije i poboljšanje prometne i komunalne infrastrukture (izgrađene ceste i prilazni putevi, uređenje telekomunikacijske, komunalne, vodo i elektro opskrbe za potrebe održavanja manifestacija). Njih ne prate uvijek, ali u najvećem postotku su dionici odabrali ta dva indikatora koja prate u skoro svim situacijama. Sljedeći indikatori su indikatori koje dionici često prate ili ih ponekad prate, a to su doprinosi manifestacijama u aktivnostima zaštite okoliša, doprinos manifestacija porasta broja edukativnih ekoloških programa, selektivno sakupljanje otpada i reciklaža i poticaj na korištenje javnog prijevoza za vrijeme održavanja manifestacija.

Potrošnja papira za vrijeme održavanja manifestacija i potrošnja električne energije su indikatori koje dionici 41,7% ne prate, 41,7% prate i 16,7% ponekad prate, a indikatori kao što su potrošnja vode, stvoreni otpad i prometne gužve su indikatori koje dionici u većini slučajeva ponekad prate ovisno o vrsti manifestacije.

Grafikon 6.7. prikazuje tehnike i metode praćenja i mjerenja učinaka kulturnih manifestacija grada Karlovca. Ispitanici su zamoljeni da ocijene razinu praćenja tih tehnika i metoda ocjenom od 1 do 5 (1 – uopće ne pratimo, 5 – uvijek pratimo).

Grafikon 6.7. Tehnike i metode praćenja i mjerenja učinaka kulturnih manifestacija grada Karlovca



Izvor: autor

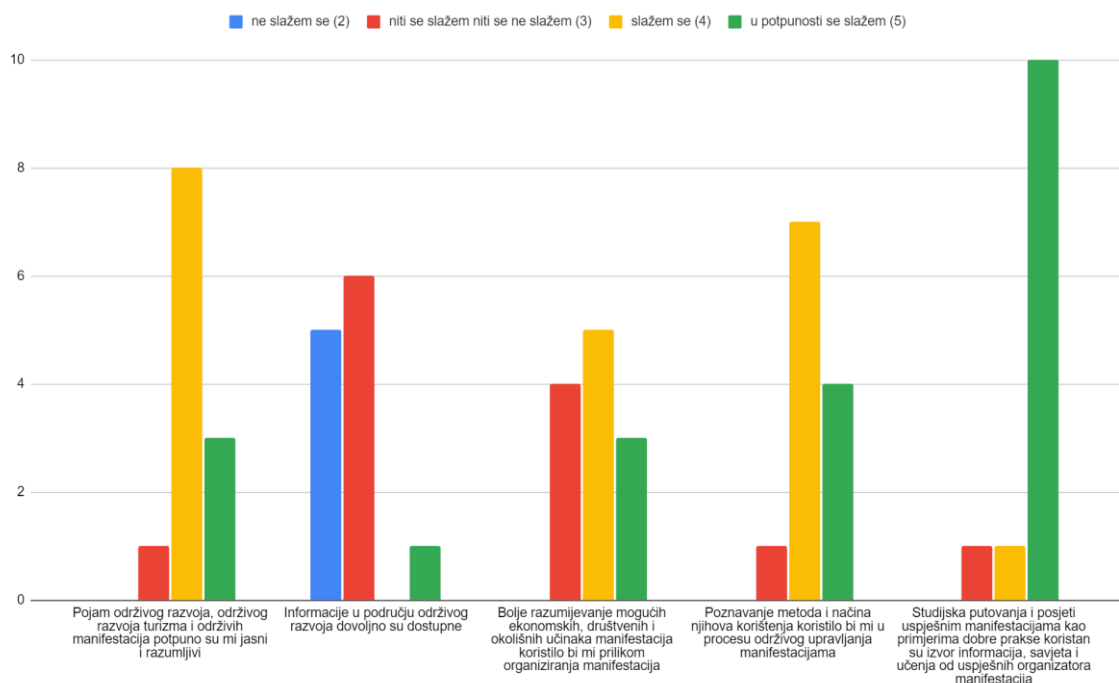
Većina dionika kao što možemo vidjeti u ovom grafikonu uvijek prati broj posjetitelja manifestacije, broj prodanih ulaznica, financijske izvještaje manifestacije i izvještaje policije, vatrogasaca i hitne pomoći o održanoj manifestaciji. Nakon ovih indikatora sljedeći koji se većinski prate u više od 50% slučajeva su metode promatranja, praćenje financijskih izvještaja manifestacije i praćenje izvještaja policije, vatrogasaca, hitne pomoći o održanoj manifestaciji.

Anketiranje posjetitelja manifestacije, anketiranje domicilnog stanovništva, swot analiza, input - output analiza i cost - benefit metoda se prema rezultatima istraživanja prati u najviše situacija ponekad.

Što se tiče multiplikatora ili ekonomskih modela i kutije s prijedlozima oni se uglavnom u većem postotku ne prate nego što se prate.

Grafikon 6.8. prikazuje slaganje dionika s izjavama koje se odnose na održivi razvoj. Ispitanici su zamoljeni da ocijene razinu slaganja s tim izjavama ocjenom od 1 do 5 (1 – uopće se ne slažem, 5 – u potpunosti se slažem).

Grafikon 6.8. Slaganje dionika s izjavama koje se odnose na održivi razvoj



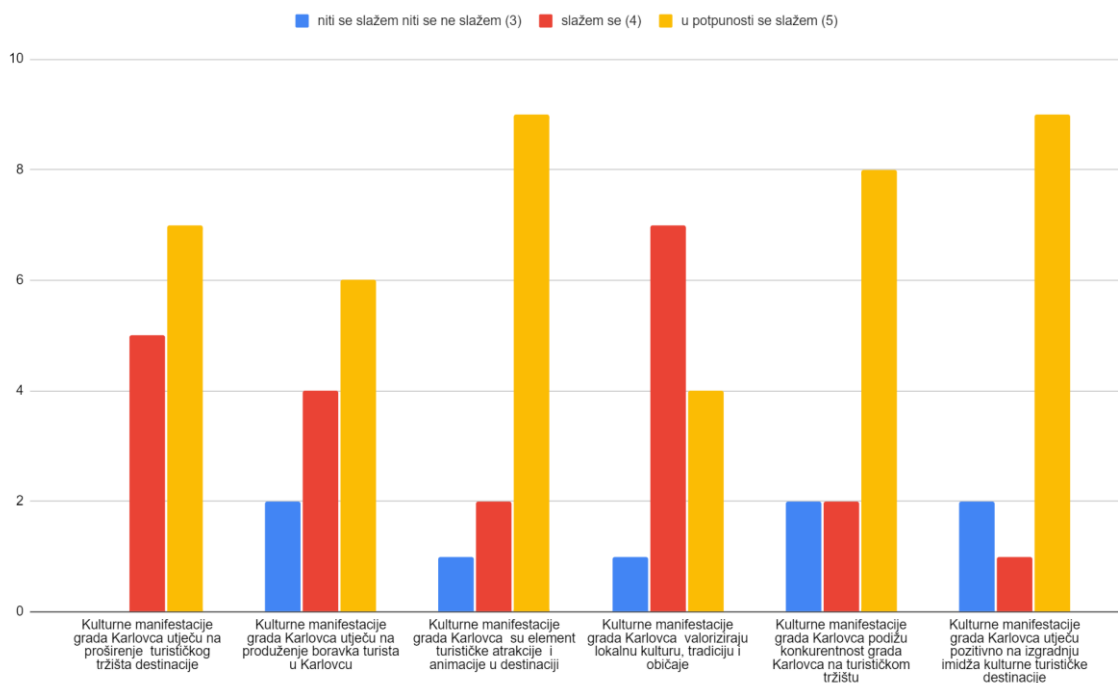
Izvor: autor

Iz ovog grafikona možemo vidjeti da se dionici najviše u potpunosti slažu s izjavom “studijska putovanja i posjeti uspješnim manifestacijama kao primjerima dobre prakse koristan su izvor informacija, savjeta i učenja od uspješnih organizatora manifestacija” koja se odnosi na održivi razvoj. Izjave s kojima se dionici još slažu ili u potpunosti slažu su pojam održivog razvoja, održivog razvoja turizma i održivih manifestacija potpuno su mi jasni i razumljivi, bolje razumijevanje mogućih ekonomskih, društvenih i okolišnih učinaka manifestacija koristilo bi mi prilikom organiziranja manifestacija i poznavanje metoda i načina njihova korištenja koristilo bi mi u procesu održivog upravljanja manifestacijama.

S jednom izjavom se većina ne slaže ili se niti slaže niti ne slaže, a to je da su informacije u području održivog razvoja dovoljno dostupne.

Grafikon 6.9. prikazuje slaganje dionika s izjavama koje se odnose na ulogu kulturnih manifestacija u gradu Karlovcu. Ispitanici su zamoljeni da ocijene razinu slaganja s tim izjavama ocjenom od 1 do 5 (1 – uopće se ne slažem, 5 – u potpunosti se slažem).

Grafikon 6.9. Slaganje dionika s izjavama koje se odnose na ulogu kulturnih manifestacija u gradu Karlovcu

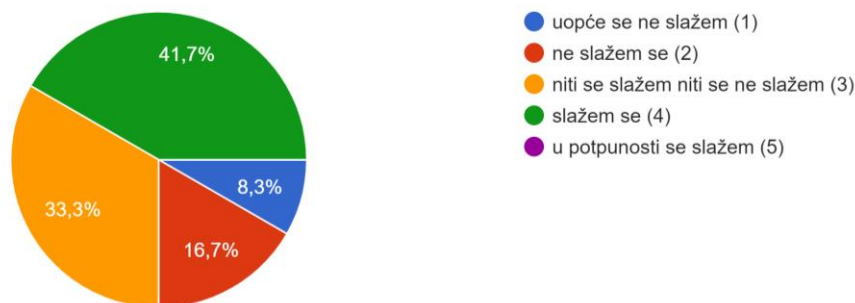


Izvor: autor

Grafikon prikazuje da se dionici najviše slažu s izjavama “kulturne manifestacije grada Karlovca su element turističke atrakcije i animacije u destinaciji” i “kulturne manifestacije grada Karlovca utječu pozitivno na izgradnju imidža kulturne turističke destinacije” koje se odnose na ulogu kulturnih manifestacija u gradu Karlovcu. Te izjave imaju najveći postotak odabranog odgovora “u potpunosti se slažem” od strane dionika, a s ostalim izjavama se dionici također slažu. Najmanji postotak dionika je zapravo odgovorilo da se niti slaže niti ne slaže.

Grafikon 6.10. prikazuje slaganje dionika s izjavom da se u gradu Karlovcu kroz godinu dana održava dovoljno kulturnih manifestacija. Ispitanici su zamoljeni da ocijene razinu slaganja s tom izjavom ocjenom od 1 do 5 (1 – uopće se ne slažem, 5 – u potpunosti se slažem).

Grafikon 6.10. Slaganje dionika s izjavom da se u gradu Karlovcu kroz godinu dana održava dovoljno kulturnih manifestacija

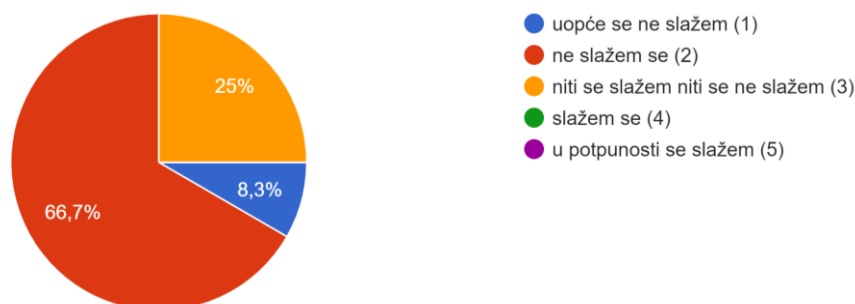


Izvor: autor

Kroz ovaj grafikon može se vidjeti da se najmanji postotak ljudi u potpunosti slaže s izjavom da se kroz godinu dana održava dovoljno kulturnih manifestacija u gradu Karlovcu. Većina ih se niti slaže niti ne slaže s tom izjavom.

Grafikon 6.11. prikazuje slaganje dionika s izjavom da grad Karlovac u potpunosti koristi svoje kulturne potencijale u svrhu kreiranja kulturnih manifestacija. Ispitanici su zamoljeni da ocijene razinu slaganja s tom izjavom ocjenom od 1 do 5 (1 – uopće se ne slažem, 5 – u potpunosti se slažem).

Grafikon 6.11. Slaganje dionika s izjavom da grad Karlovac u potpunosti koristi svoje kulturne potencijale u svrhu kreiranja kulturnih manifestacija

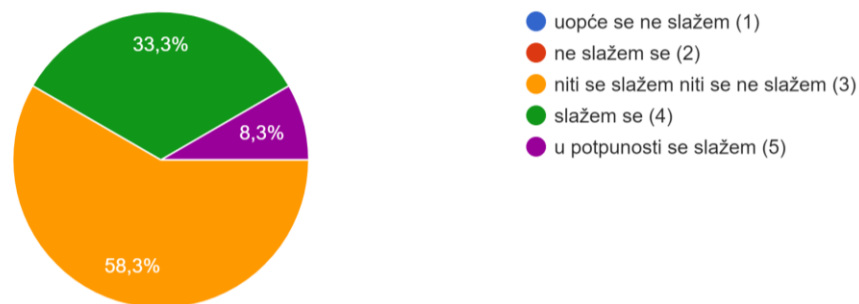


Izvor: autor

Prema ovom grafikonu može se vidjeti da se najmanji postotak ljudi u potpunosti slaže s izjavom da grad Karlovac koristi svoje kulturne potencijale u svrhu kreiranja kulturnih manifestacija. Najveći postotak dionika se ne slaže s tom izjavom.

Grafikon 6.12. prikazuje slaganje dionika s izjavom da se grad Karlovac može smatrati kulturnom turističkom destinacijom. Ispitanici su zamoljeni da ocijene razinu slaganja s tom izjavom ocjenom od 1 do 5 (1 – uopće se ne slažem, 5 – u potpunosti se slažem).

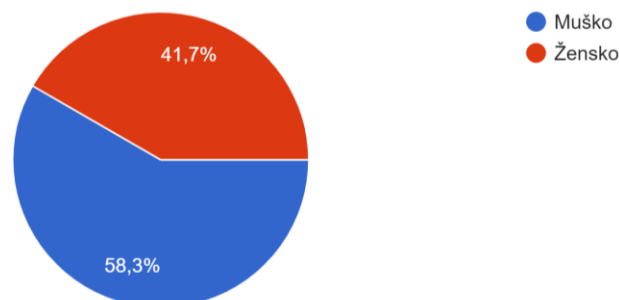
Grafikon 6.12. Slaganje dionika s izjavom da se grad Karlovac može smatrati kulturnom turističkom destinacijom



Izvor: autor

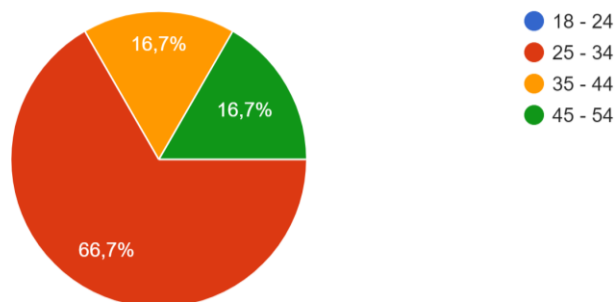
Grafikon prikazuje da se malo manje od pola dionika slaže ili u potpunosti slaže da se grad Karlovac može smatrati kulturnom turističkom destinacijom dok 58,3% dionika se niti slaže niti ne slaže.

Grafikon 6.13. Struktura ispitanika prema spolu



Izvor: autor

Grafikon 6.14. Struktura ispitanika prema dobi



Izvor: autor

Iz ovog anketnog upitnika može se zaključiti da grad Karlovac odnosno ključni dionici u organiziranju manifestacija u gradu Karlovcu uspostavljaju i organiziraju kulturne manifestacije s aspekta održivosti u većini slučajeva. To znači da koliko se i obraća pozornost na održivi razvoj toliko su i potrebne daljnje edukacije o održivosti i više informacija o samoj održivosti. Razvijena je suradnja s ključnim dionicima bitnim za razvoj kulturnih manifestacija u gradu Karlovcu s aspekta kreiranja i predlaganja ideja (najviše s nevladinim udrugama, lokalnom samoupravom i kulturnim ustanovama i organizacijama) te s aspekta izvođenja manifestacija (najviše s nevladinim udrugama, a onda s lokalnom samoupravom, kulturnim ustanovama i organizacijama i komunalnim službama te službama za održavanje javnog reda i mira). Neke od zapreka koje su utjecale na razvoj manifestacije su nedostatak financijskih sredstava i otpor prema promjenama. To znači da razinu suradnje koju imaju ključni dionici je potrebno u budućnosti još više razvijati kako bi se kod organiziranja starih, a i novih manifestacija izbjegle određene zapreke. Organizatori manifestacija u Karlovcu obraćaju pozornost na očuvanje okoliša svakom godinom sve više, ali i dalje postoji prostor za napredak pogotovo u društvenom i gospodarskom aspektu. Na manifestacijama je veliki broj domaćih gospodarstvenika i promovira se njihov rad, društveni aspekt povezivanja zajednice i kulturne očuvanosti manifestacije su na visokoj razini provedbe. Kako bi se sve to zajedno podignulo na veću razinu potrebno je osvijestiti ne samo organizatore već i ostatak stanovništva o održivom razvoju da se mogu svi zajedno posvetiti boljem i bogatijem razvoju daljnjih manifestacija.

ZAKLJUČAK

Veliki utjecaj na napredak turizma je upravo održivi razvoj koji je podignuo turizam zajedno sa destinacijama i manifestacijama na višu razinu. Turisti su oni koji čine turističku destinaciju, a posao destinacijskog menadžmenta je oblikovati ponudu i prilagoditi ju posjetiteljima. Manifestacije postaju sve popularnije stoga je potrebno održati određenu razinu održivosti kako bi se sačuvale sve vrijednosti destinacije.

Identifikacijom ključnih dionika na koje manifestacije utječu osigurava se održivost manifestacije i sprječava se broj nezadovoljnih dionika koji mogu usporiti tijek organizacije održive manifestacije. Potrebno je na vrijeme identificirati planove i želje dionika kako bi se na vrijeme interveniralo ako netko od dionika nije zadovoljan. Kada su se identificirali ključni dionici potrebno je razviti visoku razinu suradnje. Za uspješnu suradnju održivog turističkog razvoja manifestacije nužno je na vrijeme osigurati koordinaciju ključnih dionika. Suradnja je bitna za razvoj održivih manifestacija zbog konstruktivnog pogleda na organizaciju i rješavanja problema uočavanjem razlika, prednosti i nedostataka.

Manifestacije su bitne u funkciji turizma bilo kojeg mjesta jer one oživljavaju mjesto dolaska turista, obogaćuju ponudu, izgrađuju imidž, produljuju boravak turista i promoviraju destinaciju. Također su manifestacije bitne kod održivog razvoja jer mnoge manifestacije danas aktivno promoviraju održivi razvoj te nastoje turiste naučiti o očuvanju okoliša, povezati ih s lokalnim gospodarstvenicima čiju ponudu promoviraju i pokazati im da su održive manifestacije ekonomski isplative. Uz ove pozitivne strane održivih manifestacije i dalje postoji veliki broj manifestacija koje gledaju samo da su ekonomski isplative bez davanja pažnje sociokulturnim i okolišnim učincima.

Karlovac sa svojim i dalje novim izdanjem adventa je uspio podignuti lokaciju na novu razinu, privući veliki broj turista i zadovoljiti potrebe lokalnog stanovništva. Održivost je uz to vrlo bitna jer je to grad na četiri rijeke i prekriven je zelenim površinama što igra veliku ulogu imidža destinacije koji treba sačuvati. Organizatori adventa su napravili vrlo uspješan posao kod očuvanja prirode, promovirali su i uključivali lokalne gospodarstvenike i ugostitelje na adventu i promovirali su destinaciju u visoko kvalitetnom izdanju. Grad Karlovac se može iz tranzitne turističke destinacije s obzirom na svoje kulturne resurse transformirati u kulturnu destinaciju. Tom cilju uvelike može pomoći uspostava i razvoj kulturnih manifestacija. Iz

istraživanja je vidljivo da grad Karlovac turistički u potpunosti ne valorizira svoje kulturne resurse, ali suradnja među ključnim dionicima može postići da se potencijali grada Karlovca uspješno turistički valoriziraju upravo kroz resurse i kapacitete koje dionici i grad imaju.

POPIS LITERATURE

Knjige, studije i članci

1. Birkić Draženka, Podoljak Silvija, Grgić Paula (2020) „The branding of Požega – Slavonia Country by means of Integral Quality Management of a tourist destination“, 9th International Scientific Symposium „Region, Entrepreneurship, Development“, Osijek, June, 2020.
2. Birkić, D.: Održivi turistički razvoj priobalne destinacije, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2016.
3. Bradarić, I.: Utjecaj "party" turizma na receptivnu destinaciju (Ultra Europe Split), Ekonomski fakultet, Sveučilište u Splitu, Split, 2019.
4. Buble, M.: Osnove menadžmenta. Sinergija nakladništvo d. o. o., Zagreb, 2006.
5. Dina Lončarić, Tihana Cegur Radović, Patricia Skendrović: „Who attends Christmas Markets and why? Analysis of visitor structure and motivation for attending two Christmas Markets in Croatia“, Original scientific article, 2020.
6. Getz, D., (2005) Event management and event tourism, Cognizant Communications, New York, Second edition
7. Getz, D., (2008) Event studies: Theory, research and policy of planned events, Kidlington
8. Goldblatt, J. J.: A future for event management: The analysis of major trends impacting the emerging profession, conference of event evolution, research and education: Events beyond 2000: Setting the agenda, Australian centre for event management, school of leisure, sport and tourism, university of technology, Sydney, 2000
9. Janković, G.: Organizacija posebnog događanja i odnosi s javnošću na primjeru adventske manifestacije, Sveučilište Vrnjačka Banja, Vrnjačka Banja, 2018.
10. Jovanović, V., Delić, U.: Karakteristike manifestacija i njihov utjecaj na razvoj turizma u Srbiji, Turizam i Hotelijerstvo, Srbija, Beograd, 2010.
11. Kosanović, N.: Nastanak koncepta održivog razvoja na primjeru održivog razvoja u Plivi Hrvatska, Sveučilište u Karlovcu, Karlovac, 2019.
12. Matijaca, F.: Zadovoljstvo lokalne zajednice manifestacijom kaštelansko kulturno ljetno, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, Split, 2016.

13. Pivčević, S.: Upravljanje manifestacijama, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, Split, 2015/16.
14. Trošt, K.: Vrednovanje manifestacija u funkciji održivog razvoja turističke destinacije Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, Split, 2012.
15. Tušak, N.: Manifestacijski turizam na primjeru adventa u gradu Zagrebu, Veleučilište u Karlovcu, Karlovac, 2017.

Internetski izvori

1. Hrvatska enciklopedija, turizam, <https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=62763> (19.05.2021.)
2. MVEP, <http://www.mvep.hr/hr/vanjska-politika/multilateralni-odnosi0/globalne-teme/odrzivi-razvoj/> (15.05.2021.)
3. Eventful.hr, <https://www.eventful.hr/predavanja/uvod-u-odrzive-evente/> (16.5.2021.)
4. Zadarski.hr, <https://zadarski.slobodnadalmacija.hr/zadar/tribina/kroz-projekt-zero-waste-blue-promoviraju-ocuvanje-okolisa-tijekom-sportskih-manifestacija-601356> (17.05.2021.)
5. Karlovači.hr, <https://karlovacki.hr/karlovacki-advent-zadovoljio-ocekivanja-85-posto-ispitanika-dolazi-i-ove-godine/> (17.05.2021.)
6. Odraz, <https://www.odraz.hr/nase-teme/odrzivi-razvoj> (15.05.2021.)

POPIS SLIKA, GRAFIKONA I TABLICA

Slike:

Slika 3.1. Tri sastavnice održivog razvoja

Slika 5.1. Shema organizacijske strukture Adventa u Karlovcu

Grafikoni:

Grafikon 6.1. Razina suradnje s aspekta kreiranja - predlaganja ideja o manifestaciji

Grafikon 6.2. Razina suradnje s aspekta kontrole izvođenja manifestacija

Grafikon 6.3. Zapreke koje su utjecale na suradnju za razvoj kulturnih manifestacija u gradu Karlovcu

Grafikon 6.4. Indikatori ekonomske održivosti kulturnih manifestacija grada Karlovca

Grafikon 6.5. Indikatori društvene održivosti kulturnih manifestacija grada Karlovca

Grafikon 6.6. Indikatori okolišne održivosti kulturnih manifestacija grada Karlovca

Grafikon 6.7. Tehnike i metode praćenja i mjerenja učinaka kulturnih manifestacija grada Karlovca

Grafikon 6.8. Slaganje dionika s izjavama koje se odnose na održivi razvoj

Grafikon 6.9. Slaganje dionika s izjavama koje se odnose na ulogu kulturnih manifestacija u gradu Karlovcu

Grafikon 6.10. Slaganje dionika s izjavom da se u gradu Karlovcu kroz godinu dana održava dovoljno kulturnih manifestacija

Grafikon 6.11. Slaganje dionika s izjavom da grad Karlovac u potpunosti koristi svoje kulturne potencijale u svrhu kreiranja kulturnih manifestacija

Grafikon 6.12. Slaganje dionika s izjavom da se grad Karlovac može smatrati kulturnom turističkom destinacijom

Grafikon 6.13. Struktura ispitanika prema spolu

Grafikon 6.14. Struktura ispitanika prema dobi

Tablice:

Tablica 4.1. Pokazatelji ekonomskih učinaka manifestacija

Tablica 4.2. Pokazatelji društvenih učinaka manifestacija

Tablica 4.3. Pokazatelji ekoloških učinaka manifestacija

PRILOZI

Prilog 1. Instrumenti prikupljanja podataka

ANKETNI UPITNIK

Ocijenite razinu Vaše suradnje (od 1 do 5) s ostalim ključnim dionicima bitnim za razvoj kulturnih manifestacija u gradu Karlovcu s aspekta kreiranja - predlaganja ideja o manifestaciji (osmišljanje manifestacije s obzirom na vrstu, sadržaj, način izvođenja, vrijeme održavanja, karakter,...) (1 uopće ne surađujemo - 5 uvijek surađujemo) *

	uopće ne surađujemo (1)	rijetko surađujemo, nizak stupanj suradnje (2)	povremeno surađujemo, nizak stupanj suradnje (3)	povremeno surađujemo, visok stupanj suradnje (4)	uvijek surađujemo, visok stupanj suradnje (5)
Lokalna samouprava (upravni odjel za turizam, kulturu i gospodarstvo)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kulturne ustanove i organizacije	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sportske ustanove i organizacije	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nevladine udruge	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Specijalizirane agencije za organizaciju manifestacija	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Putničke/turističke agencije	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lokalna hotelska poduzeća	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Transportna poduzeća	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Komunalne službe te službe za održavanje javnog reda i mira	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ocijenite razinu Vaše suradnje (od 1 do 5) s ostalim ključnim dionicima bitnim za razvoj kulturnih manifestacija u gradu Karlovcu s aspekta kontrole izvođenja manifestacija (za vrijeme održavanja i nakon manifestacije, sigurnost,...) (1 uopće ne surađujemo - 5 uvijek surađujemo) *

	uopće ne surađujemo (1)	rijetko surađujemo, nizak stupanj suradnje (2)	povremeno surađujemo, nizak stupanj suradnje (3)	povremeno surađujemo, visok stupanj suradnje (4)	uvijek surađujemo, visok stupanj suradnje (5)
Lokalna samouprava (upravni odjel za turizam, kulturu i gospodarstvo)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kulturne ustanove i organizacije	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sportske ustanove i organizacije	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nevladine udruge	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Specijalizirane agencije za organizaciju manifestacija	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Putničke/turističke agencije	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lokalna hotelska poduzeća	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Transportna poduzeća	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Komunalne službe te službe za održavanje javnog reda i mira	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Molimo Vas da procijenite (od 1 do 5) koje zapreke i koliko su utjecale na suradnju između vas i ostalih ključnih dionika bitnih za razvoj kulturnih manifestacija u gradu Karlovcu? (1 uopće ne utječu - 5 jako utječu) *

	uopće ne utječu (1)	ne utječu (2)	povremeno utječu (3)	utječu (4)	jako utječu (5)
Razlike u ciljevima	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nedostatak planskih dokumenata manifestacija	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nedostatak financijskih sredstava	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nedostatak kvalificiranog osoblja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nedostatak informacija o potrebama i želja turista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nedovoljno poznavanje trendova turističkog tržišta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Manifestacija	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Otpor prema promjenama	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Koje indikatore ekonomske održivosti kulturnih manifestacija grada Karlovca Vi pratite (od 1 do 5) na manifestacijama u gradu Karlovcu i naznačite u kojoj mjeri. (1 uopće ne pratimo - 5 uvijek pratimo) *

	uopće ne pratimo (1)	ne pratimo (2)	ponekad pratimo (3)	pratimo (4)	uvijek pratimo (5)
Poslovni razvoj i mogućnost investiranja (broj poduzeća uključenih u manifestaciju, porast investicija u destinaciji zbog održavanja manifestacije)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Promocija destinacije (izdvojeni iznos na promociju, broj članaka u novinama, reklama na radiju, broj posjeta novinara)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ekonomske koristi održavanja manifestacija (rast BDP-a, porast proračunskih prihoda)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Troškovi održavanja manifestacija (uređenje prostora, hrana i piće, osiguranje)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Porast trgovinske aktivnosti (povećana potrošnja uslijed potrošnje posjetitelja/sudionika manifestacija u trgovinama, restoranima, hotelima)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sponzorstva (broj sklopljenih sponzorskih ugovora, iznos sponzorstva, broj poduzeća-sponzora)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Porast mogućnosti zapošljavanja i razvoj vještina (broj novootvorenih radnih mjesta, broj zaposlenih, broj edukacija)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Porast vrijednosti infrastrukture i objekata (vrijednosti novoizgrađene infrastrukture i objekata za potrebe održavanja manifestacije)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Koje indikatore društvene održivosti kulturnih manifestacija grada Karlovca Vi pratite (od 1 do 5) na manifestacijama u gradu Karlovcu i naznačite u kojoj mjeri. (1 uopće ne pratimo - 5 uvijek pratimo) *

	uopće ne pratimo (1)	ne pratimo (2)	ponekad pratimo (3)	pratimo (4)	uvijek pratimo (5)
Slavljenje vrijednosti zajednice i ponos (ispitivanje mišljenja domicilnog stanovništva o manifestaciji)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Porast sudjelovanja zajednice u donošenje odluka (broj održanih skupova, razmjena iskustva uvođenja novih ideja u zajednici)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pozitivni utjecaji manifestacija na društvene odnose zajednici (širenje kulturnih perspektiva, stvaranje/obnavljanje veza)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Negativni utjecaji manifestacija na društvene odnose u zajednici (broj sukoba zbog nacionalne, rasne, spolne, vjerske diskriminacije)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Praćenje motiva sudjelovanja posjetitelja manifestacije	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Porast kvalitete života domicilnog stanovništva i posjetitelja (doprinos manifestacija obogaćivanju sadržaja za provođenje slobodnog vremena, eliminiranje arhitektonskih barijera za slobodno kretanje osoba s invaliditetom)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Štete ugledu turističke destinacije (pretrpanost, zakrčenost, buka, kriminal, vandalizam)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utjecaj na tradicijsku i kulturnu baštinu (gubitak/oživljavanje tradicijske vrijednosti iskorištavanja/očuvanje tradicijske i kulturne baštine)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Koje okolišne indikatore održivosti kulturnih manifestacija grada Karlovca Vi pratite (od 1 do 5) na manifestacijama u gradu Karlovcu i naznačite u kojoj mjeri. (1 uopće ne pratimo - 5 uvijek pratimo) *

	uopće ne pratimo (1)	ne pratimo (2)	ponekad pratimo (3)	pratimo (4)	uvijek pratimo (5)
Doprinosi manifestacija jačanju svijesti o značenju čistog i očuvanog okoliša kao faktora privlačnosti za manifestacije	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Doprinos manifestacija u aktivnostima zaštite okoliša	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Doprinos manifestacija porastu broja edukativnih ekoloških programa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Selektivno sakupljanje otpada i reciklaža	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Poticaaj na korištenje javnog prijevoza za vrijeme održavanja manifestacije	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Potrošnja papira za vrijeme održavanja manifestacija (kg)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Potrošnja električne energije za vrijeme održavanja manifestacije (kWh)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Potrošnja vode za vrijeme održavanja manifestacije (l)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Stvoreni otpad (kg)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Prometne gužve (broj prometnih gužvi, njihovo trajanje, dužina kolone u kilometrima)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Poboljšanje prometne i komunalne infrastrukture (izgrađene ceste i prilazni putevi, uređenje telekomunikacijske, komunalne, vodo i elektro opskrbe za potrebe održavanja manifestacija)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Navedite kojim se od tehnika i metoda praćenja i mjerenja učinaka kulturnih manifestacija grada Karlovca koristite (od 1 do 5) u poslovnoj praksi. (1 uopće ne pratimo - 5 uvijek pratimo) *

	uopće ne pratimo (1)	ne pratimo (2)	povremeno pratimo (3)	pratimo (4)	uvijek pratimo (5)
Praćenje broja posjetitelja manifestacije	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Praćenje broja prodanih ulaznica	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Anketiranje posjetitelja manifestacije	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Anketiranje domicilnog stanovništva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Anketiranje sudionika manifestacije	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Metoda promatranja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
SWOT analiza	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Input – output analiza	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cost – benefit metoda	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Praćenje financijskih izvještaja manifestacije	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Praćenje izvještaja policije, vatrogasaca, hitne pomoći o održanoj manifestaciji	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Multiplikatori ili ekonometrijski modeli	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kutija s prijedlozima	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

U narednoj tablici izrazite stupanj slaganja (od 1 do 5) s izjavama koje se odnose na održivi razvoj. (1 uopće se ne slažem - 5 u potpunosti se slažem) *

	uopće se ne slažem (1)	ne slažem se (2)	niti se slažem niti se ne slažem (3)	slažem se (4)	u potpunosti se slažem (5)
Pojam održivog razvoja, održivog razvoja turizma i održivih manifestacija potpuno su mi jasni i razumljivi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Informacije u području održivog razvoja dovoljno su dostupne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bolje razumijevanje mogućih ekonomskih, društvenih i okolišnih učinaka manifestacija koristilo bi mi prilikom organiziranja manifestacija	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Poznavanje metoda i načina njihova korištenja koristilo bi mi u procesu održivog upravljanja manifestacijama	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Studijska putovanja i posjeti uspješnim manifestacijama kao primjerima dobre prakse koristan su izvor informacija, savjeta i učenja od uspješnih organizatora manifestacija	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

U narednoj tablici izrazite stupanj slaganja (od 1 do 5) s izjavama koje se odnose na ulogu kulturnih manifestacija u gradu Karlovcu. (1 uopće se ne slažem - 5 u potpunosti se slažem) *

	uopće se ne slažem (1)	ne slažem se (2)	niti se slažem niti se ne slažem (3)	slažem se (4)	u potpunosti se slažem (5)
Kulturne manifestacije grada Karlovca utječu na proširenje turističkog tržišta destinacije	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kulturne manifestacije grada Karlovca utječu na produženje boravka turista u Karlovcu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kulturne manifestacije grada Karlovca su element turističke atrakcije i animacije u destinaciji	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kulturne manifestacije grada Karlovca valoriziraju lokalnu kulturu, tradiciju i običaje	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kulturne manifestacije grada Karlovca podižu konkurentnost grada Karlovca na turističkom tržištu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kulturne manifestacije grada Karlovca utječu pozitivno na izgradnju imidža kulturne turističke destinacije	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

U gradu Karlovcu se kroz godinu dana održava dovoljno kulturnih manifestacija. (1 uopće se ne slažem - 5 u potpunosti se slažem) *

- uopće se ne slažem (1)
 - ne slažem se (2)
 - niti se slažem niti se ne slažem (3)
 - slažem se (4)
 - u potpunosti se slažem (5)
-

Grad Karlovac u potpunosti koristi svoje kulturne potencijale u svrhu kreiranja kulturnih manifestacija. (1 uopće se ne slažem - 5 u potpunosti se slažem) *

- uopće se ne slažem (1)
 - ne slažem se (2)
 - niti se slažem niti se ne slažem (3)
 - slažem se (4)
 - u potpunosti se slažem (5)
-

Grad Karlovac se može smatrati kulturnom turističkom destinacijom. (1 uopće se ne slažem - 5 u potpunosti se slažem) *

- uopće se ne slažem (1)
- ne slažem se (2)
- niti se slažem niti se ne slažem (3)
- slažem se (4)
- u potpunosti se slažem (5)

Spol *

Muško

Žensko

Dob *

18 - 24

25 - 34

35 - 44

45 - 54

Radno mjesto *

Vaš odgovor _____

Organizacija *

Vaš odgovor _____