



OSNOVE TURIZMA
MANIFESTACIJA
vrste, lokacija i doživljaji

dr.sc. Klara Trošt Lesić
Institut za poljoprivredu i turizam Poreč
Zavod za turizam



TURIZAM MANIFESTACIJA

- Manifestacije su iznimno značajan segment turističke ponude i motiv dolaska turista u turističku destinaciju
- Termin “turizam manifestacija” (*eng. event tourism*) nije bio široko korišten do kraja 80ih godina prošlog stoljeća - Ured za turizam Novog Zelanda
- Tek odnedavno prepoznate su u znanstvenom smislu kao zanimljiv fenomen, stoga je znanstvena podloga tek u nastajanju
- Nedovoljno su istraživani stvarni učinci manifestacija na održivi razvoj turističke destinacije, kao i sam proces upravljanja manifestacijama
- **ISTRAŽIVAČKI IZAZOV** - u RH tema upravljanja manifestacijama i manifestacijskog turizma nisu bile uže područje znanstvenog interesa domaćih istraživača



DEFINICIJA FESTIVALA I MANIFESTACIJA

- Različiti oblici i vrste manifestacija, od političkih skupova, sportskih natjecanja, zabava do vjerskih proslava, civilizacijska su **stečevina** stara tisućama godina (Lawrence, 2002)
- Putem manifestacije kao posebnog događaja obilježava se **jedinstveni trenutak** u vremenu s ceremonijom i ritualom, da bi se **zadovoljile** posebne **potrebe**



VRSTE MANIFESTACIJA (1)

- **Vrste manifestacija:**
 - umjetničke manifestacije,
 - kulturne manifestacije,
 - sportske i rekreacijske manifestacije,
 - turističke manifestacije,
 - poslovne manifestacije,
 - vjerske manifestacije,
 - ekološke manifestacije te
 - obrazovne i znanstvene manifestacije



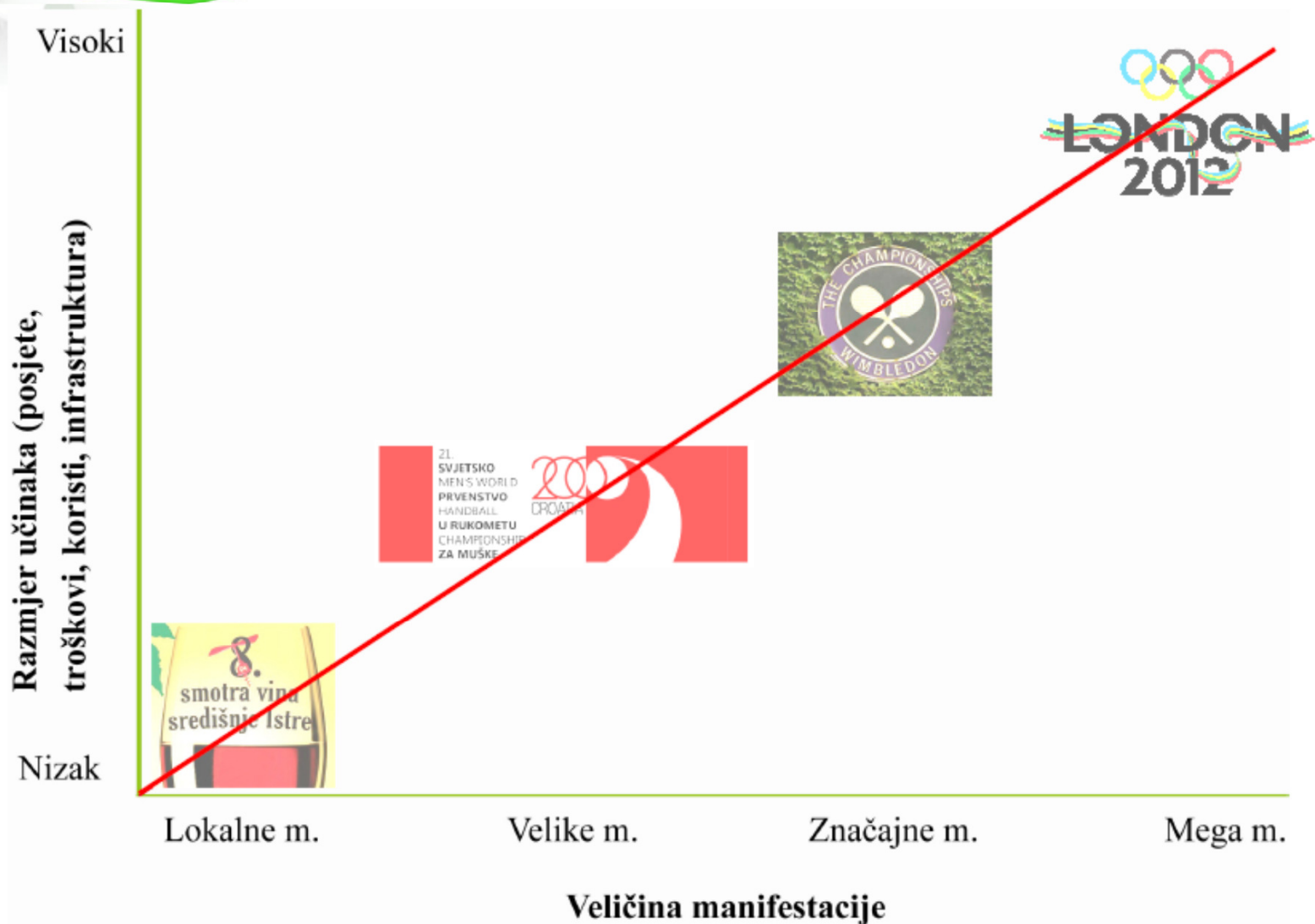


VRSTE MANIFESTACIJA (2)

- Manifestacije prema **vrsti organizatora**:
 - **privatni organizator** (manifestacije usmjerene na stvaranje profita),
 - **neprofitne organizacije**,
 - **državne agencije**,
 - **javno–privatno partnerstvo**.
- Manifestacije prema **veliĉini i razmjeru uĉinaka**:
 - **lokalne manifestacije** (local/community events),
 - **velike manifestacije** (major events)
 - **znaĉajne manifestacije** (hallmark events) i
 - **mega manifestacije** (mega-events).



MANIFESTACIJE TEMELJEM NJIHOVE VELIČINE I RAZMJERA UČINAKA





KARAKTERISTIKE MANIFESTACIJA:

- **Kratkotrajnost**
- **Jedinstvenost**
- **Radno-intenzivni projekti**
- **Neopipljivost**
- **Fleksibilnost**
- **Složenost i neizvjesnost** - u svrhu kvantificiranja organizacijske složenosti, korišteno je više razina složenosti, od individualne do multinacionalne razine



FUNKCIJE MANIFESTACIJA (1)

TURISTIČKE FUNKCIJE MANIFESTACIJA :

- proširenje turističkog tržišta destinacije (Priporas, 2005),
- produženje boravka turista u destinaciji,
- izgradnju imidža destinacije (Jago, Chalip, Brown, Mules & Ali, 2002; Xing & Chalip, 2006; Kaplanidou & Vogt, 2007),
- omogućavanje bolje promocije destinacije (Richards & Wilson, 2002; McDonnell & Gebhardt, 2002.),
- elementa privlačenja investicija u destinaciju (Schulenkorf, 2010),
- te elementa atrakcije i animacije u destinaciji (Derret, 2002)



FUNKCIJE MANIFESTACIJA (2)

DRUŠTVENE FUNKCIJE MANIFESTACIJA:

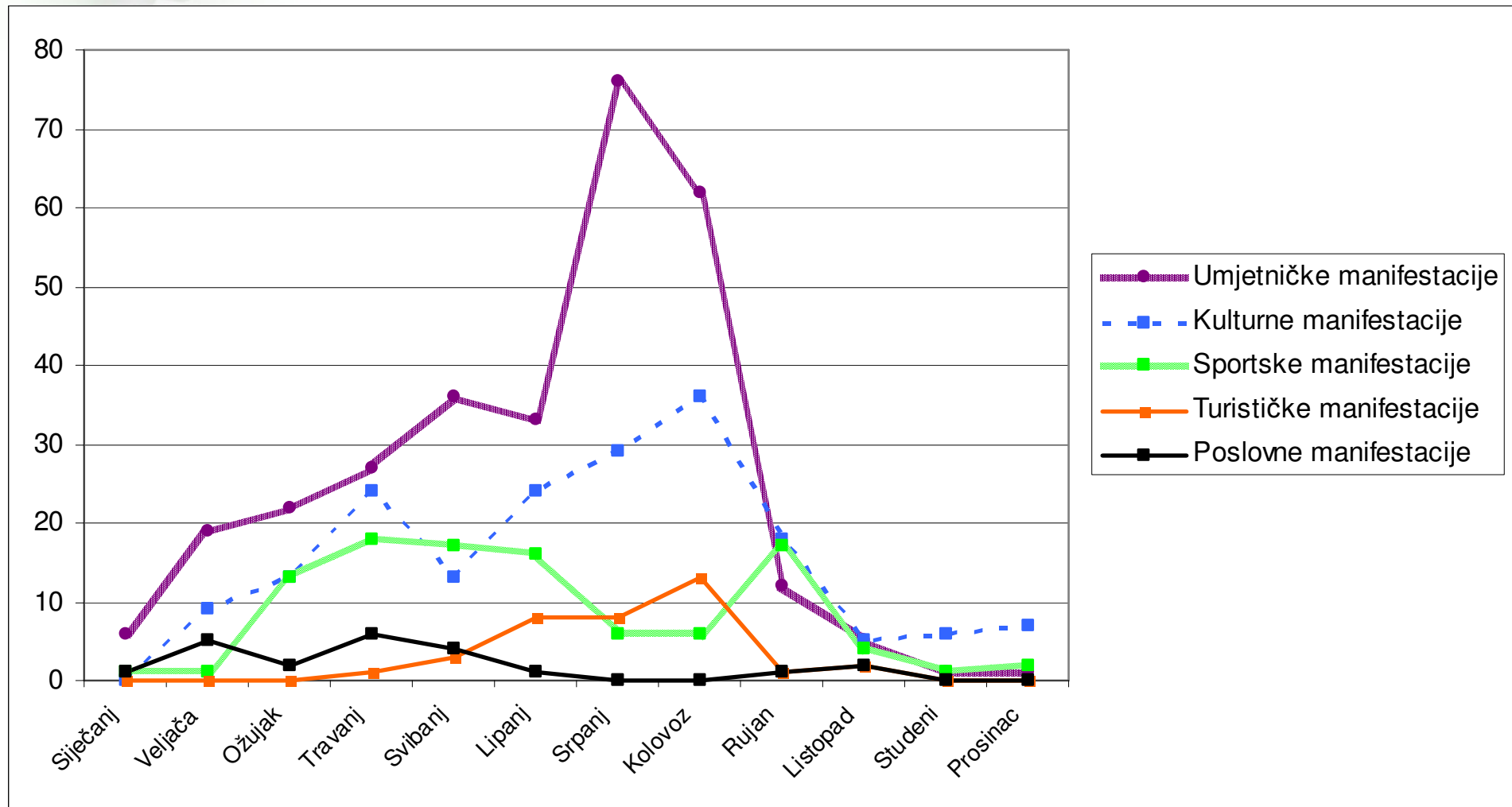
- valoriziraju lokalnu kulturu, tradiciju i običaje (Hong, 2010),
- osiguravaju zabavu i rekreaciju sudionika (Fredline & Faulkner, 2000),
- društvenu koheziju (Fredline & Faulkner, 2000),
- kulturni i društveni napredak (Derrett, 2000)



ANALIZA KALENDARA MANIFESTACIJA TURISTIČKIH DESTINACIJA ISTRE

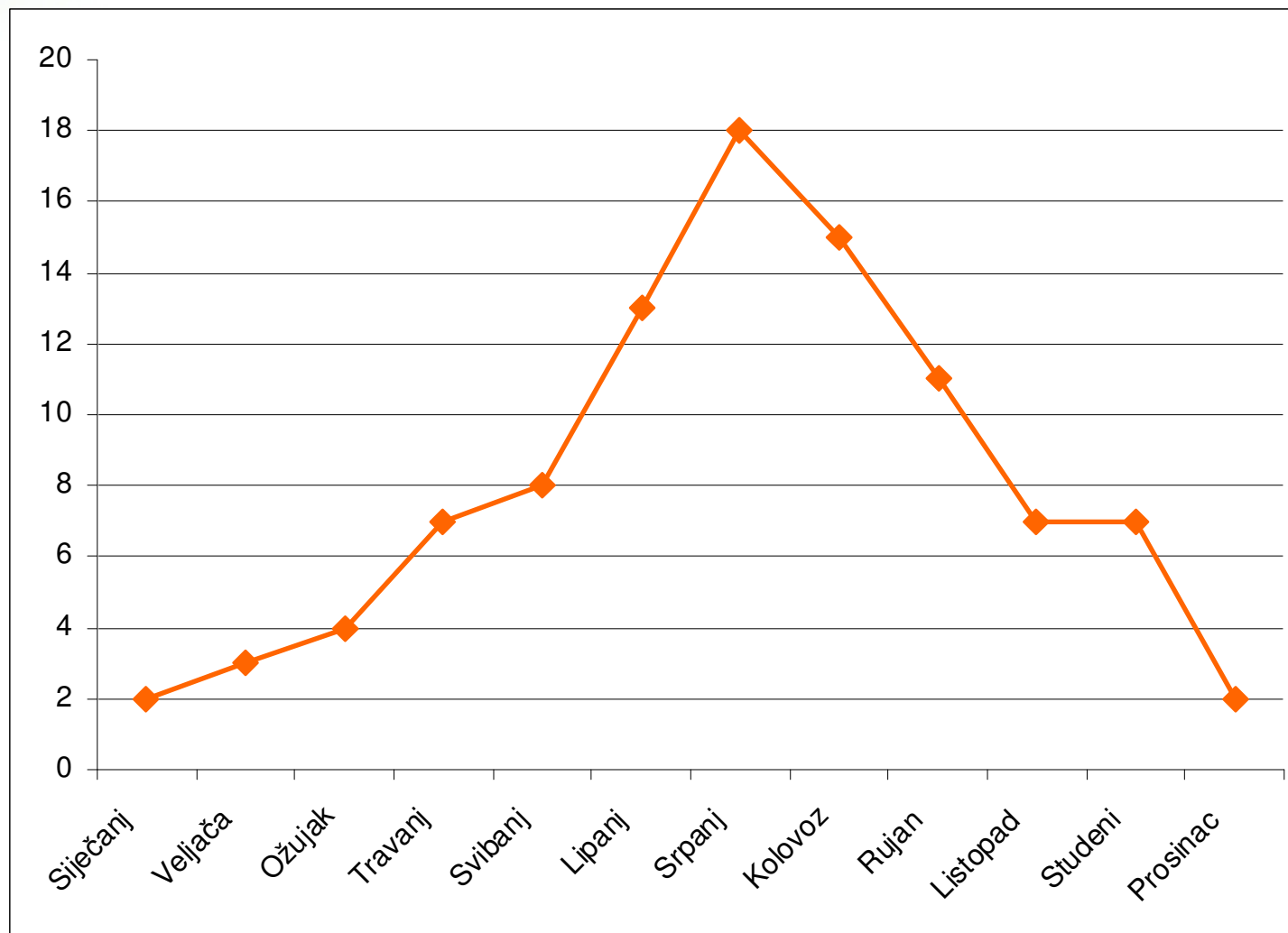


ANALIZA MANIFESTACIJA U ISTRI PREMA VRSTAMA I VREMENSKOM PERIODU ODRŽAVANJA



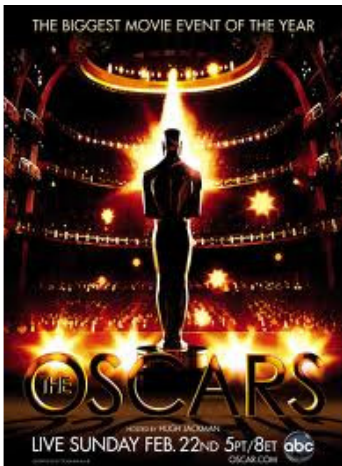


ANALIZA **GASTRONOMSKIH** MANIFESTACIJA U ISTRI PREMA VREMENSKOM PERIODU ODRŽAVANJA





ISKUSTVA I DOŽIVLJAJI S MANIFESTACIJA



Neka moja Istra blista Un' Istria più verde





DOŽIVLJAJI S MANIFESTACIJA

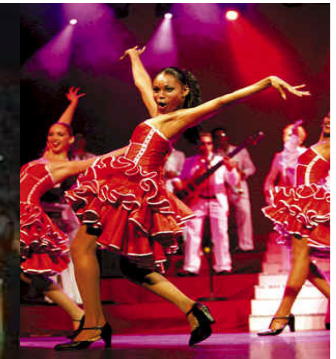
- doživljaji s manifestacija uključuju sljedeće (O'Sullivan & Spangler):
 - sudjelovanje i uključenost osobe u potrošnju;
 - stanje u kojem se osoba fizički, mentalno, društveno, duhovno i emocionalno uključuje;
 - promjenu u znanju, vještini, pamćenju i osjećaju;
 - svjesnu predstavu toga da je osoba namjerno susrela sa, otišla na, ili proživjela neku aktivnost ili događanje; te
 - napor uperen prema psihološkim ili unutarnjim potrebama.





“OSIGURANI” DOŽIVLJAJI

- Kako objašnjavamo popularnost zabavnih parkova?
- Oni omogućuju “garantirane” ili sigurne doživljaje
- Njihova predvidivost u kombinaciji s doživljenom osobnom sigurnošću uvjerava turiste da će dobiti ono što očekuju, pa i tada kad su njihova očekivanja ograničena
- Putovanja i druga događanja predstavljaju rizik jer su nepredvidiva





ŠTO ČINI DOŽIVLJAJ S MANIFESTACIJE ZA PAMĆENJE?

- Sukladno kognitivnoj psihologiji (psihologiji spoznaje) razlikuju se tri razine doživljaja:
 1. **OSNOVNI DOŽIVLJAJ** – osjetilna reakcija na poticaj, ali s nedovoljnim učinkom da bi se dugo zadržali u nečijem pamćenju;
 2. **MEMORABILNI DOŽIVLJAJ** – doživljaj koji se može sjećati i kasnije;
 3. **TRANSFORMIRAJUĆI DOŽIVLJAJ** – oni rezultiraju u trajnim promjenama na razini stavova ili ponašanja.
- Da bi doživljaj bio memorabilan potrebno je više od “wow!” čimbenika, on mora imati i neki sadržaj kao dodatak iznenađenju ili osjetilnom poticaju
- Intenzivni doživljaji, visoko emotivni, ne transformiraju uvijek jednu osobu, često se samo pojačavaju postojeće vrijednosti i stavovi



OPĆE I POSEBNE VRSTE DOŽIVLJAJA

- “Opći doživljaji” su oni koji se mogu doživjeti na bilo kojoj manifestaciji, kao npr. zabava, raznolikost, “dobro se provesti”
- Značaj koji se pridaje općim doživljajima nije velik
- Sve može biti “zabavno” pošto je zabava jedno stajalište
- Jedna manifestacija može biti svečana ili sveta, ali neke osobe to neće razumjeti
- Posebni doživljaji s manifestacija vezani su za posebne vrste planiranih manifestacija
- Koncert klasične glazbe može biti relaksirajući i uživajući, ali je to za neke “dosadno”



POSEBNI DOŽIVLJAJI S MANIFESTACIJA (1)

- **KULTURNI DOŽIVLJAJI**

- Radi se o potrazi za znanjem, učenjem i razumijevanjem nečega novoga, te iskazivanja poštovanja nekim aspektima kulture, potraga za izvornošću
- Kulturni turist ili posjetitelj kulturnih manifestacija želi se emotivno i spoznajno uključiti u mjesta, ljude i dimenzije načina života, uključujući realistične stvari, kao što su povijesne lokacije, kulturne predstave, hrana i piće...

- **RELIGIOZNI I DUHOVNI DOŽIVLJAJI**

- Velika je razlika između biti religiozan i biti duhovan
- Duhovni doživljaji mogu biti ne-religiozni, mogu se sastojati od osjeća samo-otkrivanja
- Iako se duhovni doživljaji često povezuje uz posjete svetim mjestima, oni se također mogu postići putem meditacije, rituala istraživanja, prekida, ekstaze...što potiče mnoge aktivnosti slobodnog vremena i turizma



POSEBNI DOŽIVLJAJI S MANIFESTACIJA (2)

- **POLITIČKE I DRŽAVNE MANIFESTACIJE**
 - Visoki stupanj formalnosti (protokol, rezanje vrpce), održavaju se uz izvjesnu pompu i svečano ozračje (zastave)
 - Doživljaji variraju u ovisnosti o razlozima nazočnosti na takvim događanjima (da li je osoba došla sudjelovati, podržavati, izvještavati, protestirati?)
 - Nazočni bi političari trebali izražavati dijalog, pregovore i javno iskazivanje diplomacije
- **UMJETNIČKE MANIFESTACIJE**
 - “Estetska procjena” se odnosi na umjetnost i ljepotu, ali je opterećena vrijednošću i relativna je
 - O ukusima se ne raspravlja
 - Ono što neka osoba smatra privlačnim, druga može opisati kao dosadnim
 - U estetskom doživljaju pronalazimo nešto ugodno za naša čula, estetsko cijenjenje umjetničkih slika, hrane, mode, glazbe
 - Doživljaj je intenzivno osobni



POSEBNI DOŽIVLJAJI S MANIFESTACIJA (3)

- **DOŽIVLJAJI SPORTSKIH/NATJECATELJSKIH MANIFESTACIJA**
 - Iako natjecateljski sportovi uglavnom uključuju igre koje igraju pojedinci i ekipe s namjerom pobjeđivanja, to samo po sebi ne čini cjelokupni doživljaj
 - Mnogi se natječu iz osobnih ili društvenih razloga
- **DOŽIVLJAJI SPORTSKIH GLEDATELJA I NAVIJAČA**
 - U izvještaju *“Putnici koji posjećuju sportske manifestacije”* dokumentirano je da je turizam sportskih manifestacija veliki društveni i ekonomski fenomen, te da je 84% odraslih Amerikanaca putovalo iz sportskih razloga
 - 16% njih putovalo je da bi se natjecali, dok se ostatak odnosio na gledatelje i rodbinu
 - Odlazak može biti motiviran željom za zabavom, emotivnim poticajem ili društvenim izlaskom
 - Biti sportski navijač traži veću involviranost
 - Zanimljivije prisustvovati manifestaciji od praćenje istog putem medija





LOKACIJA I MJESTO ODRŽAVANJA MANIFESTACIJE





KOJA JE RAZLIKA?

- Pojam “**lokacija**” opisuje prostor na kojem će se manifestacija održati, dok se pojmom “**festivalsko mjesto**” definira konkretno mjesto održavanja iste
- **ekskluzivno festivalsko mjesto** održavanja može pomoći jednoj manifestaciji u postizanju prestižnih cijena karata
 - **Cijena karata u prvom redu za operu Aida, izvedenu kod piramida bile su 1.500 \$, u usporedbi s kartama u prvom redu za istu operu, izvedenu u Egipatskoj Opornoj Kući, koja su bile 120 \$**
- **elementi** koje treba uzeti u obzir prilikom odabira lokacije i mjesta održavanja manifestacije:
 1. **veličina i kapacitet;**
 2. **oprema;**
 3. **vidljivost, centralnost i clustering (grupiranje);**
 4. **cijena mjesta održavanja;**
 5. **povijest;**
 6. **ostali uvjeti;**
 7. **osobna preferencija**



LOKACIJA I MJESTO ODRŽAVANJA MANIFESTACIJE

- Prema Getz-u (2001, str. 5) **festivalska mjesta** su „fizička mjesta na kojima se održavaju festivali i ostale javne manifestacije. Za gradove ona postaju posebni kulturni i turistički resursi kada su namjenski građena ili kada im njihova popularnost i ambijent donosi reputaciju mjesta idealnih za proslave.“
- Određivanje parka, trga ili objekta kao festivalskog mjesta može **povećati njegovu važnost**, privući investicije u renoviranje budućeg festivalskog mjesta
- uspjeh ili ne uspjeh neke manifestacije ovisi o odabiru primjerene lokacije i mjesta održavanja, koje bi trebalo biti u skladu s temom same manifestacije



HVALA NA POZORNOSTI

dr.sc. Klara Trošt Lesić

M: klarat@iptpo.hr