

Utjecaj urbanih kulturnih manifestacija na lokalnu zajednicu: promjer Špancirfesta i Porcijunkulova

Mia, Sajko

Master's thesis / Diplomski rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management / Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:191:859689>

Rights / Prava: [Attribution 4.0 International](#)/[Imenovanje 4.0 međunarodna](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-23**



Repository / Repozitorij:

[Repository of Faculty of Tourism and Hospitality Management - Repository of students works of the Faculty of Tourism and Hospitality Management](#)



SVEUČILIŠTE U RIJECI
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Diplomski sveučilišni studij

MIA SAJKO

**Utjecaj urbanih kulturnih manifestacija na lokalnu zajednicu:
primjer Špancirfesta i Porcijunkulova**

**The impact of urban cultural events on the local community: the
example of Špancirfest and Porcijunkulovo**

Diplomski rad

Opatija, 2024.

SVEUČILIŠTE U RIJECI
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Diplomski sveučilišni studij
Menadžment u turizmu

**Utjecaj urbanih kulturnih manifestacija na lokalnu zajednicu:
primjer Špancirfesta i Porcijunkulova**

**The impact of urban cultural events on the local community: the
example of Špancirfest and Porcijunkulovo**

Diplomski rad

Kolegij:	Turizam i lokalna zajednica	Student:	Mia Sajko
Mentor:	Izv. prof.dr.sc. Jelena Đurkin Badurina	Matični broj:	3832

Opatija, rujan 2024.



SVEUČILIŠTE U RIJECI UNIVERSITY OF RIJEKA

FAKULTET ZA MENADŽMENT U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU

FACULTY OF TOURISM AND HOSPITALITY MANAGEMENT

OPATIJA, HRVATSKA CROATIA

IZJAVA STUDENTA - AUTORA O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG ZAVRŠNOG/DIPLOMSKOG/DOKTORSKOG RADA

Mia Sajko
(ime i prezime studenta)

3832,
(Matični broj studenta)

Izjavljujem da kao student - autor Diplomskog rada dozvoljavam Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci da ga trajno javno objavi i besplatno učini dostupnim javnosti u cjelovitom tekstu u mrežnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci.

U svrhu podržavanja **otvorenog** pristupa *završnim / diplomskim / doktorskim* radovima trajno objavljenim u javno dostupnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Sveučilišta u Rijeci, ovom izjavom dajem neisključivo imovinsko pravo iskorištavanja bez sadržajnog, vremenskog i prostornog mog Diplomskog rada kao autorskog djela pod uvjetima *Creative Commons* licencije **CC BY** Imenovanje, prema opisu dostupnom na <http://creativecommons.org/licenses/>.

Opatija, 1.9.2024.

Student - autor:

(potpis)

SAŽETAK

S ciljem privlačenja turista u kontinentalne dijelove Hrvatske gdje je razvijenost turizma znatno niža nego na obalnom području, mnoge destinacije se oslanjaju na organizaciju kulturnih manifestacija kao dodatnu turističku ponudu. Turistička zajednica grada Varaždina svake godine organizira Špancirfest koji je najpoznatiji ulični festival na području Republike Hrvatske i iz godine u godinu privlači posjetitelje iz cijele države i šire. Za vrijeme trajanja manifestacije posjetitelji mogu upoznati kulturu grada, te sudjelovati u raznovrsnom programu koji je namijenjen za sve uzraste. Porcijunkulovo se održava u Čakovcu, glavnom gradu Međimurske županije, te je najveća manifestacija koja se održava na području županije. Manifestacija je kroz godine od sajma tradicijskih zanata i vjerskog prošćenja, prerastao u višednevnu kulturnu manifestaciju koja uz promicanje tradicije i kulture Međimorskog kraja u ponudi ima raznovrsne zabavne sadržaje. Za organizaciju takvih manifestacija na području grada, važno je uzeti u obzir kako njihovo održavanje utječe na lokalnu zajednicu. U diplomskom radu detaljno su opisane obje manifestacije, te su izvršene kvantitativna, kvalitativna i financijska analiza, a u istraživačkom dijelu su prikazani rezultati anketnog upitnika provedenog za lokalnu zajednicu grada Varaždina i grada Čakovca.

Ključne riječi: Špancirfest; Porcijunkulovo; lokalna zajednica; urbane manifestacije; turizam događaja

SADRŽAJ

Uvod.....	1
1. Urbane kulturne manifestacije	2
1.1. Definicija urbanih kulturnih manifestacija.....	2
1.2. Važnost održavanja urbanih kulturnih manifestacija za razvoj turizma	2
1.3. Odnos kulturnih manifestacija i lokalne zajednice	5
2. Špancirfest.....	8
2.1. Turistička ponuda grada Varaždina.....	8
2.2. Opća obilježja Špancirfesta	10
2.3. Kvalitativna analiza	11
2.4. Kvantitativna analiza.....	15
2.5. Financijska analiza	16
2.5.1. Analiza prihoda Špancirfesta	16
2.5.2. Analiza rashoda Špancirfesta	18
3. Porcijunkulovo.....	21
3.1. Turistička ponuda grada Čakovca	21
3.2. Opća obilježja Porcijunkulova	23
3.3. Kvalitativna analiza.....	23
3.4. Kvantitativna analiza.....	25
3.5. Financijska analiza	26
3.5.1. Analiza prihoda Porcijunkulova	26
3.5.2. Analiza rashoda Porcijunkulova	28
4. Istraživanje stavova lokalnih stanovnika prema manifestacijama Špancirfest i Porcijunkulovo.....	31
4.1. Metodologija	31
4.2. Rezultati istraživanja	32
4.2.1. Deskriptivna statistička analiza.....	32
4.2.2. Inferencijalna statistička analiza	41
4.2.3. Analiza prikupljenih kvalitativnih podataka.....	45
4.3. Interpretacija dobivenih rezultata.....	49
Zaključak.....	52
Bibliografija	54
Popis ilustracija.....	56

Uvod

Razvoj novih turističkih proizvoda i zanimljivih sadržaja s ciljem privlačenja što većeg broja gostiju u neku turističku destinaciju, na današnjem brzo rastećem tržištu postaje sve veći izazov. Turističke zajednice na području Republike Hrvatske pokušavaju smisliti načine kako privući turiste izvan turističke sezone kao i u dijelove Hrvatske koji nemaju morsku obalu. Održavanje različitih manifestacija na urbanim područjima sve su češći način privlačenja turista u neku destinaciju, a kod organizacije takvih manifestacija važno je uzeti u obzir mišljenje lokalnog zajednice kako ne bih došlo do problema za vrijeme održavanja događaja. Manifestacije Špancirfest i Porcijunkulovo održavaju se na sjeveru Republike Hrvatske u gradovima Varaždin i Čakovec, te se obje manifestacije održavaju već duži niz godina.

Svrha ovog rada je pobliže istražiti kakav utjecaj održavanje navedenih manifestacija ima na lokalnu zajednicu gradova u kojima se održavaju. U ovom radu detaljno je objašnjen pojam urbane kulturne manifestacije, te kakvo značenje takva vrsta manifestacija ima na turizam i na lokalnu zajednicu. Izvršene su detaljne analize za Špancirfest i Porcijunkulovo u kojima su istaknuta opća obilježja manifestacija, njihove kvalitativne i kvantitativne analize, te financijske analize. Istraživanje je provedeno na način da su ispitane lokalne zajednice grada Varaždina i Čakovca kako bi se moglo odrediti kakav utjecaj ima održavanje manifestacija na lokalne zajednice gradova u kojim se održavaju. Način prikupljanja podataka i sami rezultati opisani su u poglavlju "Istraživanje stavova lokalnih stanovnika prema manifestacijama Špancirfest i Porcijunkulovo" u kojem se nalazi i rasprava u kojoj su interpretirani rezultati.

Prikupljanje podataka za istraživački dio izvršen je anketnim upitnicima. Provedena su dva anketna upitnika od kojih se jedan odnosio na Špancirfest i lokalnu zajednicu grada Varaždina, a drugi na Porcijunkulovo i lokalnu zajednicu grada Čakovca. Podaci prikupljeni putem anketnih upitnika analizirani su deskriptivnim i inferencijalnim metodama. Sekundarni podaci prikupljeni su preko dostupne literature kao što su knjige, stručni članci i online izvori od kojih je važno istaknuti službene internetske stranice turističkih zajednica i manifestacija. Za podatke koji nisu bili dostupni na navedenim mjestima, kontaktirane su Turističke zajednice grada Varaždina i grada Čakovca, te su ustupili podatke koji su bili potrebni za provedbu potrebnih analiza.

1. Urbane kulturne manifestacije

Turisti u današnje vrijeme očekuju raznovrsnu turističku ponudu, te traže više od sunca i mora. Mnoge destinacije našle su se pred izazovom osmišljavanje novih turističkih proizvoda kako bi zadržali turiste duže u destinaciji, potencijalno produžili turističku sezonu i doveli nove turiste u svoje krajeve. Mnoge destinacije su prilikom osmišljavanja novih turističkih proizvoda pojačale organizaciju i održavanje urbanih kulturnih manifestacija. Većinom se manifestacije održavaju nekoliko dana, te su osmišljeni raznovrsni programi prigodni za sve uzraste kako bi se privukao veći broj turista.

1.1. Definicija urbanih kulturnih manifestacija

Manifestacije se mogu podijeliti prema vrsti na kulturne, sportske, zabavne, vjerske, znanstvene i gospodarske.¹ Opće prihvaćena definicija definira da kulturne manifestacije obuhvaćaju javne događaje ili aktivnosti koje su organizirane s ciljem promocije i očuvanja kulturnog identiteta, umjetnosti, tradicije i običaja određene zajednice ili društva. Takve manifestacije mogu uključivati izložbe, koncerte, festivale, pozorišne predstave, filmske projekcije, radionice, kulturne šetnje i slično. Riječ „urbane“ označavaju da se kulturna manifestacija odvija na gradskom području. Manifestacije mogu biti jednodnevne, višednevne, mogu biti jednokratne točnije obilježavati se jednom i nikad više, ili se mogu ponavljati iz godine u godinu. U Hrvatskoj se sve češće organiziraju različite urbane kulturne manifestacije kako bi se dopunila turistička ponuda nekog grada. To mogu biti dani grada, a mogu biti i neke specifičnije manifestacije kao što su Dubrovačke ljetne igre, Vinkovačke jeseni, Pula film festival, Riječki karneval, Lepoglavski Dani čipke i mnogi drugi. Za potrebe ovog rada, manifestacije Špancirfest i Porcijunkulovo svrstane su kao urbane kulturne manifestacije jer se obje manifestacije održavaju u središtu gradova, te se kroz njih promiču kultura i tradicija, iako se Porcijunkulovo može svrstati i kao vjerski događaj, najviše radi svojih početaka i povezanosti s katoličkim blagdanom Porcijunkula.

1.2. Važnost održavanja urbanih kulturnih manifestacija za razvoj turizma

Na turističkom tržištu postoji sve veća potreba za stvaranjem novih i uzbudljivih turističkih proizvoda, te se se u tome manifestacije pokazale važne. Bez obzira na njihovu duljinu trajanja

¹ Turizam i ekonomske osnove; Skupina autora; Školska knjiga; Zagreb; 2011.; str.152

ili vrstu, manifestacije pružaju jedinstven način doživljala neke destinacije.² Mnoge urbane turističke destinacije se oslanjaju na razvoj manifestacija i različitih događaja kako bi upotpunili svoju turističku ponudu. Talijanski grad Milano je prethodno bio industrijski grad, no danas se u njemu održava svjetski poznati „Tjedan mode“, te svake godine privuće velik broj posjetitelja u grad. Velik broj posjetitelja primarno dolazi radi poslovnih razloga kao što su dizajneri, modeli, poslovni partneri, kozmetičari i slično, ali postoji i određeni broj gostiju koji dolaze u grad radi atraktivnosti događaja. Samim tjednom mode potaknute su i druge manifestacije u gradu kao što su tjedan fotografije, glazbe, filmova i slično. U 2020. godini izvršeno je istraživanje u kojem su autori ispitali kakav utjecaj imaju kulturni događaji na održivi turizam u Milanu, te su kroz istraživanje otkrili utječu li srednji i manji događaji na turizam grada i na koji način. Promatrano je dvije vrste događaja koji sa sobom u nazivu imaju „tjedan“ ili „grad“. Razlika je u tome što se događaji koji u imenu imaju riječ tjedan se održavaju kroz cijeli tjedan na području grada, dok događaji koji u imenu imaju riječ grad se održavaju vikendom, točnije od petka do nedjelje. Neka od otkrića do koji su autori došli je da srednji i mali kulturni događaji imaju značajno pozitivan utjecaj na turizam jer pomažu u privlačenju turista i povećanju atraktivnosti destinacije. Osim navedenog, pomažu kako bi se smanjila sezonalnost, te se time povećava ravnomjerna podjela turista tijekom cijele godine.

³Važno je sagledati i ekonomsku korist pošto kulturni događaji potiču dodatnu potrošnju turista, te od navedenog korist se može očitati i u javnom i u privatnom sektoru. Srednji i mali kulturni događaji također su važni radi privlačenja raznolike vrste posjetitelja radi raznolikosti događaja i preferencije pojedinaca, a pozitivno je što se više manjih ili srednjih događaja može održavati na području nekog grada kao što je Milano s obzirom na svoju veličinu, te se samim time mogu ostvariti veće društvene i ekonomske koristi. Upravo ovakav značajan i pozitivan utjecaj kakav manifestacije imaju na grad Milano i razvoj turizma, sve je češći slučaj u području urbanog turizma u cijelom svijetu. Iako postoje i ostala događanja kao što su sportska natjecanja, međunarodne konferencije i ostali događaji, mnogi autori ističu kako su kulturne manifestacije u postizanju razvojnih strateških ciljeva u urbanom turizmu igrale najznačajniju ulogu radi promicanja lokalne kulture, tradicije i samim time očuvanju istih. Osim tradicijskih i kulturnih vrijednosti, kroz kulturne manifestacije posjetitelji doprinose lokalnoj ekonomiji na više načina kao što su smještaj, hrana i druge usluge i proizvodi. Također jedan od načina kako

² Pavia, Nadia; Mrnjavac, Edna; Floričić, Tamara; Events in the tourist destination and their impact on competitiveness and positioning; ResearchGate; 2020.

³ d'Angella, Francesca; Friel, Martha; Ruggero Sainaghi, Angelo Miglietta; Cultural events for a sustainable tourism development in urban destinations: the case of Milan's week; 2021.

kulturne manifestacije mogu doprinjeti urbanoj sredini je radi ulaganja u infrastrukturu i slično kako bi se kulturna manifestacija mogla održati. ⁴ Samim time postoji šansa za povećanje turističke privlačnosti grada i povećanom broju turista i u vrijeme kada se manifestacija ne održava. A kada je riječ o događaju kao što je „Tjedan mode“ u Milanu, razvijena je globalna prepoznatljivost događaja, a time je i grad ostvario svjetsku prepoznatljivost što je uvelike pomoglo razvoju turizma i ekonomije u gradu. Radi specifičnosti manifestacija, moguće ih je sagledati ne samo kao integrirani turistički proizvod, već kao i autentični proizvod neke destinacije u kojoj je značajna za daljnji razvoj turizma i destinacije. ⁵ U slučaju da se u nekoj destinaciji razvije kulturni događaj koji se pokazao uspješnim, destinacije u svoje godišnje strateške, razvojne i financijske planove svrsatavju organizaciju događaja kao i sve pripremne poslove koje je potrebno odraditi prije održavanja kao što su eventualno poboljšavanje infrastrukture u gradu i ostala posla. Ako se događaj održava duži niz godina, događaje je moguće svrstati i u dugoročne strateške i razvojne dokumente i time definirati ekonomske, društvene, turističke i ostale ciljeve koji se žele postići daljnjom organizacijom nekog događaja. Za sve navedeno potrebno je unutar destinaciji voditi kvalitetan strateški menadžment, te predvidjeti eventualne promjene koje su potrebne u organizaciji tijekom budućih godina. Kod organizacije i planiranja takvih događanja, uvijek postoji rizik na koji organizatori i menadžment ne može utjecati, kao što je 2020. godine nastupila pandemija COVID-19 radi koje su sva javna okupljanja morala biti otkazana kako se zaraza virusa nebi proširila. Kod događanja koja se održavaju na otvorenom prostoru, uvijek postoji rizik nepovoljnih vremenskih uvjeta radi kojih je ponekad potrebno odgoditi održavanje događaja ili čak otkazati održavanje. Iz tog razloga je važan kvalitetan menadžment kako bi se pravovremeno mogle donjeti dobre odluke kako postupiti u određenim kriznim situacijama. U Hrvatskoj, urbane kulturne manifestacije su se pokazale kao važan dio turističke ponude u nekom gradu kao što su Riječki karneval, INmusic festival u Zagrebu, Dubrovačke ljetne igre, Pulski filmski festival i mnogi drugi. Riječki karneval se održava u zimskim mjesecima te je svake godine za vrijeme njegovog održavanja značajan porast u broju dolaska i noćenja turista iz Hrvatske i drugih zemalja na području grada Rijeke. U istraživanju provedenom 2020. godine od strane autora Pavia, Mrnjavac, Floričić istraživano je kakav utjecaj imaju događaji na konkurentnost i tržišno pozicioniranje na primjeru Adventa u Zagrebu. Autori su kroz istraživanje došli do zaključka da održavanje Adventa u Zagrebu povećava obujam poslovanja

⁴ Stewart Jepson, Allan; Clarke, Alan; Exploring community festivals and events; Routledge; 2015.

⁵ Krajnović, Aleksandra; Gortan-Carlin. Ivana Paula; Strategic management in cultural tourism with emphasis on event management: The case study od Croatia; 2017.

hotela i putničkih agencija, te da ima značajan utjecaj na konkurentnost i tržišno pozicioniranje Zagreba kao destinacije. Važnost održavanja se može iskazati kroz nekoliko faktora. Organizacijom i održavanjem urbanih kulturnih događaja se povećava atraktivnost destinacije. Takve manifestacije privlače velik broj posjetitelja koji žele sudjelovati u nečem novom ili ponovno posjetiti nešto već poznato. Kroz takve manifestacije se stvaraju i nove turističke ponude kojima se obogaćuje program turističkih destinacija. Neki autori navode kako je potrošnja turista i posjetitelja značajna za unapređenje ekonomije lokalne zajednice (Walo, Bull & Breen, 1996), te se vjeruje da sponzoriranje manifestacija donosi koristi za zajednicu koje nije moguće materijalizirati (Getz, 1991; Ritchie, 1984).⁶

1.3. Odnos kulturnih manifestacija i lokalne zajednice

Lokalna zajednica se može definirati kao zajednica ljudi povezanih zajedničkim potrebama, tradicijom i identitetom u prostoru koji im omogućuje izravan dodir i komunikaciju, te je važno naglasiti prostornu komponentu.⁷ Kulturne manifestacije imaju veliki značaj za lokalnu zajednicu jer se putem njih promiču kultura, tradicija, povijest i običaji. Kroz organizaciju različitih manifestacija kao što su festivali, izložbe, koncerti i slično, lokalne zajednice promoviraju tu kulturu, tradiciju, povijest i običaje. Za vrijeme održavanja, kulturne manifestacije postaju središte susreta i druženja lokalne zajednice, te se samim time i veze unutar lokalne zajednice jačaju i njeguju. Važno je istaknuti ekonomske učinke koje organizacija manifestacija ima na lokalnu zajednicu. Oni mogu pozitivni, ali i negativni. Kao pozitivan učinak se može istaknuti nastali prihodi od prodaje proizvoda, smještajnih jedinica i slično za vrijeme manifestacije. Pozitivne učinke ne osjećaju svi sudionici lokalne zajednice pošto se takvi učinci odnose većinski na osobe koji zarađuju od održavanja manifestacije, bilo to iznajmljivanjem smještajnih objekata, prodajom proizvoda ili na neki drugi način. Osim stanovnika koji imaju direktnu ili indirektnu ekonomsku korist od održavanja manifestacija, stanovnici koji su povezani više sa lokalnom zajednicom i skloni su aktivno sudjelovati u lokalnoj zajednici, poduprijet će u većoj mjeri daljnji razvoj manifestacija. Također je kroz provedena istraživanja vidljivo je kako su stanovnici spremni pružati veću podršku razvoju manifestacija ukoliko više doživljavaju pozitivne učinke.⁸ Pozitivni učinci se mogu istaknuti i na način da kulturne manifestacije potiču turizam i povećani promet u restoranima,

⁶ Baljkas, Ella; Dabo, Krešimir; Uloga stavova lokalnog stanovništva o zagrebačkom adventu kao dio imidža destinacije; *International journal of multidisciplinary in business and science*; Vol. 7; No.11; 2020.

⁷ Đurkin Badurina, Jelena. *Autorski nastavni materijali iz kolegija „Turizam i lokalna zajednica“*. Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2023.

⁸ Stewart Jepson, Allan; Clarke, Alan; *Exploring community festivals and events*; Routledge; 2015.

trgovinama i drugim ugostiteljskim objektima. Samim time, kulturne manifestacije doprinose ekonomskom razvoju zajednice i stvaranju novih radnih mjesta. Osim navedenog, postoji vjerojatnost za ulaganje u infrastrukturu od strane vlasti kako bi održavanje manifestacija u nekom urbanom prostoru bilo moguće. Kroz istraživanje provedeno na temu kako stanovnici podupiru festivale, utvrđeno je da ukoliko stanovnici imaju određeno razumijevanje za turiste, percipiraju negativne učinke pozitivno. Razlog navedenog može biti to što smatraju kako festivali nisu samo atrakcije za turiste, već stanovnici imaju priliku sudjelovati u nekoj aktivnosti i ostvariti komunikaciju s turistima. Negativni učinci se odnose na troškove koji se moraju podmiriti od strane lokalne samouprave kako bi se mogla organizirati kulturna manifestacija. Nekad se uložena sredstva podmire kroz promet ostvaren za vrijeme trajanja manifestacije, ali ponekad se kroz prihode ne uspiju podmiriti svi troškovi, te je troškove potrebno podmiriti iz proračuna lokalne samouprave, a isti novac bi se mogao primjeniti za nešto drugo kao što je poboljšanje kvalitete života lokalnog stanovništva i slično. Također neki od negativnih učinaka mogu biti buke u kasnim večernjim satima, nered na gradskim ulicama, gužve u prometu, te eventualna poskupljenja proizvoda i usluga u urbanom području radi većeg broja turista i veće potražnje. Provedena su istraživanja u kojima je istaknuto kako su stanovnici više protiv razvoja festivala ukoliko jače osjećaju negativne učinke.⁹ Unatoč potencijalnim negativnim učincima, važnije je fokusirati se na pozitivne pošto takve manifestacije potiču zajedništvo unutar lokalne zajednice, te pružaju osjećaj pripadnosti i promoviraju lokalne običaje, povijest i tradiciju. U istraživanju provedenom 2011. godine, od strane autora Rogers i Anastasiadou ispitano je kako festivali uključuju lokalnu zajednicu, te na koje načine se njihovo sudjelovanje može potaknuti i proširiti. Jedan od zaključaka koji su navedeni u istraživanju je da bi poticanjem sudjelovanja školske djece u festivalima kroz nastupe i izlete na festivale, to doprinjelo njihovoj želji da na istima sudjeluju i posjećuju ih u budućnosti. Volontiranje su naveli kao dobar način za uključivanje, ali i razvoj lokalne zajednice. Naime s vještinama koje steknu za vrijeme volontiranja, mogu se kasnije koristiti i u druge svrhe unutar lokalne zajednice. Donošenje odluka se smatralo distancirano od lokalne zajednice, te se u navedenom radu potiče uključivanje lokalne zajednice u donošenju odluka kroz stvaranje nekoliko odbora za koordiniranje aktivnosti između festivala na više mjesta u gradu. Ideja je na taj način pomoći s prepoznavanjem mogućnosti volontiranja, te pronaći načine kako privući širu publiku. U radu je navedena i dostupnost kroz organiziranje nastupa na javnim mjestima, te pružanja popusta za ulaznice na festivalu lokalnom stanovništvu. Kao važan dio lokalne

⁹ Stewart Jepson, Allan; Clarke, Alan; Exploring community festivals and events; Routledge; 2015.

zajednice istaknuta su poslovanja koji su u mogućnosti sponzorirati festivale, pružati usluge i promovirati lokalno sudjelovanje u festivalima. Istraživanje je provedeno kroz fokus grupu i intervjuiranje organizatora festivala čime je ustanovljena veza između festivala i lokalne zajednice.¹⁰

¹⁰ Rogers Phil; Anastasiadou Constantia; Community involvement in festivals: exploring ways of increasing local participation; *Even Management*; Vol. 15, pp. 387-399; 2011.

2. Špancirfest

Najposjećenija ulična manifestacija u Republici Hrvatskoj je Špancirfest koji se svake godine krajem mjeseca kolovoza održava u gradu Varaždinu. Grad Varaždin se nalazi na sjeverozapadnom dijelu Hrvatske, te se smatra da je geografski dobro pozicioniran radi blizine grada Zagreba s kojim je spojen autoputom, te blizine grada Čakovca i Republike Slovenije. Špancirfest ima značajan utjecaj za turizam na području grada Varaždina, te svake godine privuče velik broj posjetitelja iz Hrvatske i ostalih zemalja. Za vrijeme trajanja manifestacije, centar grada pretvoren je u festivalsku zonu s raznolikom ponudom.

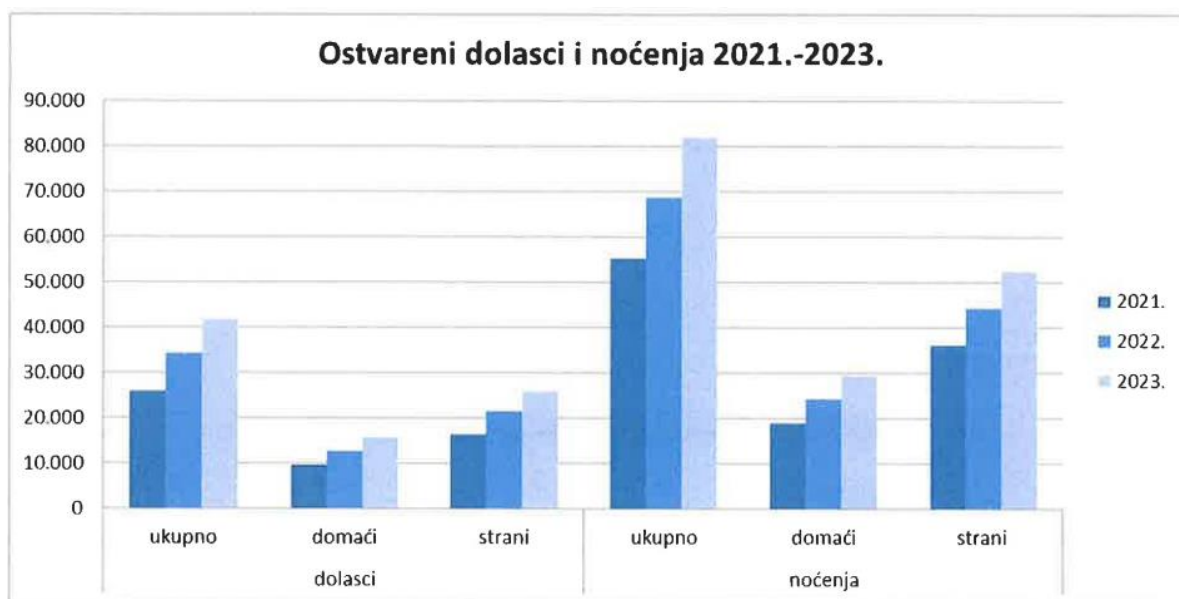
2.1. Turistička ponuda grada Varaždina

S obzirom na svoju pogodnu geografsku poziciju, grad Varaždin je kroz godine razvio turističku ponudu koja najbolje pogoduje vikend turizmu. Grad se ponosi nadimkom „Barokni grad“ koji je dobio zahvaljujući dugoj povijesti i značajnom broju palača koje se nalaze na području grada. Uz palače, na području grada se nalazi ukupno 12 vjerskih objekata radi kojih Varaždin ima također i nadimak „Grad zvonika“ radi mnogobrojnih zvonika koji su vidljivi u cijelom gradu. Jedna od znamenitosti je kip Grgura Ninskog koji se osim u Varaždinu nalazi još u Ninu i Splitu, te se spomenik veže na legendu da dodir palca nosi sreću i ostvaruje želje. Osim legende o palcu Grgura Ninskog, postoji i legenda da je grad Varaždin mjesto u kojem spavaju anđeli, te je iz tog razloga moguće vidjeti velik broj anđela i anđeoskih figura u centru grada, a postoji i muzej anđela koji se nalazi u centru grada. Uz sve navedeno, grad Varaždin je najprepoznatljiviji po jednoj građevini, a to je „Stari grad Varaždin“ . Utvrda je izgrađena između 14. i 19. stoljeća, te je služila kao središte plemićkog posjeda.¹¹

Osim po svim navedenim kulturno-povijesnim spomenicima, grad Varaždin u svojoj turističkoj ponudi ima i mnogobrojne manifestacije i događaje kao što su: Špancirfest, Varaždinske barokne večeri, Ljeto u Varaždinu, Advent u Varaždinu, Tjedan smjeha, Trash film festival i mnogi drugi. Zahvaljujući navedenim događajima i manifestacijama, Varaždin svake godine bilježi sve veći broj turista. U nastavku je prikazan grafikon preuzet iz dokumenta „Izvešće o izvršenju programa rada turističke zajednice grada Varaždina za 2023. godinu“

¹¹ Službena web stranica Turističke zajednice grada Varaždina; <https://visitvarazdin.hr/> (pristupljeno 30.06.2024.)

Grafički prikaz 1: Broj ostvarenih dolazaka i noćenja 2021. - 2023. godine



Izvor: Izvješće o izvršenju programa rada turističke zajednice grada Varaždina za 2023. Godinu
Iz grafičkog prikaza je vidljivo kako je u usporedbi sa 2021. godinom broj dolazaka i ostvarenih noćenja postepeno porastao do 2023. godine. Razlog postepenog povećanja turističkih dolazaka i noćenja može biti razvoj kvalitetnije i raznolikije turističke ponude na području grada Varaždina.

Kod turističke ponude važno je analizirati ponudu smještajnih jedinica na području grada Varaždina.

Tablica 1: Analiza smještajnog kapaciteta u hotelima

	Broj objekta	Broj soba	Broj ležajeva
Hotel ****	2	36	83
Hotel ***	2	135	232
Ukupno	4	171	315

Izvor: Obrada autora prema podacima dostupnim na službenoj stranici Turističke zajednice Varaždinske županije

Što se tiče ponude hotelskog smještaja u gradu Varaždinu, ograničen je na 315 ležajeva, što je dovoljno s obzirom na potražnju kroz godinu, no za vrijeme trajanja manifestacija kao što je Špancirfest može biti i premalo. Postoji i ostali oblici smještaja kao što su hosteli i apartmani, te su u nastavku detaljnije analizirani prema kategorizaciji i broju ležajeva.

Tablica 2: Analiza ostalih oblika smještaja

Broj objekta	Broj soba	Broj ležajeva
--------------	-----------	---------------

Hostel	3	402	908
Pansion	2	29	68
Apartman ****	7	-	99
Apartman ***	55	-	207
Apartman **	3	-	19
Ukupno	70		1.301

Izvor: Obrada autora prema podacima dostupnim na službenoj stranici Turističke zajednice Varaždinske županije

Iz navedene analize vidljivo je kako je u ostalim smještajnim oblicima ukupno dostupno 1.301 ležaj, te najveći kapacitet nude hosteli točnije hostel Studentski dom Varaždin s kapacitetom od 861 ležaja za vrijeme ljetnih mjeseci, uključujući za vrijeme trajanja Špancirfesta s kategorizacijom od 3 zvjezdice. Osim hostela, značajan broj ležajeva nude apartmani s kategorizacijom od 3 zvjezdice koji ukupno imaju 207 ležajeva na raspolaganju u 55 objekta.

2.2. Opća obilježja Špancirfesta

Špancirfest je ulični festival koji se održava na području grada Varaždina pod organizacijom Turističke zajednice grada Varaždina. Prvi puta je održan 1999. godine, te se od tada svake godine održava krajem mjeseca kolovoza. Smatra se da je Špancirfest spoj dviju manifestacije koje su se održavale prije na području grada Varaždina, a to su „Varaždinski sejem“ koji se održavao od 1987. do 1991. godine, te „Varaždinski cehovski dani“ koji su održani 1994. godine. Glavni motiv tih dviju manifestacija bila je valorizacija „etnografskog blaga varaždinskog kraja, počevši od narodnih običaja i nošnji, muzike i plesa, do autohtonih jela i izvornih obrza i zanata“. (Komes 1987.).¹² Prvih nekoliko godina održavanja festivala, u središtu su bile „cehovske i sajamske parade i ceremonijali“, te su prve četiri godine Špancirfest otvarao mimohodom cehova. Ta tradicija se održala do 2003. godine kada mimohod cehova prestaje biti glavna točka otvorenja Špancirfesta. Manifestacija najčešće traje 10 dana, te je za vrijeme održavanje manifestacije program podijeljen u nekoliko segmenata: ulični program, glazbeni program, kazalište, kreativnica, program za djecu, izlagači, vinski grad, carlsberg food & party i špancir burger festival.¹³

¹² Kelemen, Petra; Škrbić Alempijević, Nevena; Grad kakav bi trebao biti: etnološki i kulturnoantropološki osvrti na festivale; Naklada Jesenski i Turk; Zagreb; 2012. : str. 278

¹³ Službena web stranica Špancirfesta: <https://www.spancirfest.com/o-spancirfestu/> - preuzeto 22.03.2024.

Glazbeni program je važan dio sveukupne ponude pošto je često motiv dolaska na festival. U ponudi je moguće pronaći širok spektar glazbenih žanrova, uključujući nastupe lokalnih glazbenika. Festival je prepoznatljiv po uličnim nastupima raznih umjetnika koji stvaraju živopisnu atmosferu šetajući gradskim ulicama. Tijekom nastupa pokazuju različite vještine poput žongliranja, klaunovskih predstava, akrobacija i slično. Tijekom festivala, na ulicama grada mogu se pronaći izlagači sa svojim proizvodima koji se ovime promoviraju među posjetiteljima. Važan dio ponude festivala je i ponuda jela i pića. Za vrijeme trajanja festivala na ulicama grada moguće je pronaći široku gastronomsku ponudu koja uključuje i tradicionalna jela. Vinski grad predstavljen je 2015. godine kao novitet za vrijeme Špancirfesta, a nakon toga je postao jedan od glavnih atrakcija festivala. Vinski grad je mjesto gdje posjetitelji mogu uživati u raznovrsnoj ponudi vina, te se educirati o vinogradarstvu i enologiji. Moguća je degustacija različitih vina iz regije i drugih dijelova Hrvatske, te je posjetiteljima time omogućeno upoznavanje novih okusa i aroma vina uz promociju lokalnih vinarija. U sklopu vinskog grada organiziran je i glazbeni program koji obogaćuje atmosferu. Na nekoliko lokacija u gradu organizirane su radionice i razna događanja za djecu, uključujući Vindiland koji svake godine organizira sportske igre, natjecanja, koncerte i popratne sadržaje.

Jedan od izvora prihoda Špancirfesta su sponzori, koji se uključuju u festival tako da svoju vidljivost pokazuju reklamama u programskim knjižicama i dodatnim panoima i plakatima koji se nalaze uz festivalske pozornice. Neki od njih su prisutni i na više mjesta u gradu, a neki sponzori postavljaju svoje prodajne punktove i reklamne poruke u gradu, te dijele promotivne letke ili svoje proizvode.¹⁴

2.3. Kvalitativna analiza

Kvalitativni pokazatelji su: opis događaja, SWOT analiza, benchmarking usporedba s konkurentskim događajima, analiza razine očekivanja i zadovoljstva turista koja se izvodi putem anketa. Ključni kvalitativni pokazatelj sadašnjeg stanja je SWOT analiza. SWOT analiza definira snage i slabosti poduzeća temeljene na iskorištavanju ukazanih prilika na tržištu i izbjegavanje uočenih prijetnji u okolini.¹⁵

U nastavku je odrađena SWOT analiza na primjeru Špancirfest.

¹⁴ Kelemen, Petra; Festival i grad – kulturne politike, izvedbe i identiteti na primjeru varaždinskoga Špancirfesta; doktorska disertacija; Filozofski fakultet u Zagrebu; 2012.; 148. str

¹⁵ Stipanović, Christian; Konceptija i strategija razvoja u turizmu: sustav i poslovna politika; Fakultet za turistički i hotelski menadžment; Opatija; 2006.; 53. str

Tablica 3:SWOT analiza Špancirfest

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> • Najpoznatiji ulični festival na području Republike Hrvatske • Raznolika ponuda • Prepoznatljivost u Hrvatskoj i drugim državama • Dobra medijska pokrivenost • Lokacija • Dolazak kvalitetnih i prepoznatljivih glazbenih izvođača 	<ul style="list-style-type: none"> • Zasićenost sadržaja koji se ponavlja • Infrastrukturni izazovi
PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> • Diverzifikacija sadržaja • Digitalna prisutnost 	<ul style="list-style-type: none"> • Vanjski faktori na koje se ne može utjecati (pandemija, rat, kriza) • Sigurnosni izazovi • Promjene preferencija turista • Ovisnost o vremenskim uvjetima za vrijeme trajanja manifestacije • Konkurencija drugih događanja

Izvor: Obrada autora

Snagu Špancirfesta predstavlja to što je najpoznatiji ulični festival na području Republike Hrvatske. Radi svoje jedinstvene prepoznatljivosti i programa, iz godine u godinu privlači sve veći broj turista, ali se i turisti koji su već posjetili manifestaciju često vraćaju radi pozitivnog iskustva u prethodnim posjetama. Prepoznatljivošću Špancirfest ostvaruje određenu konkurentsku prednost pred sličnim manifestacijama ili manifestacijama koje se možda održavaju u istom vremenskom periodu kao i Špancirfest. Raznolika ponuda Špancirfesta je također snaga koju je potrebno istaknuti. Organizatori Špancirfesta osmisle program tako da bez obzira na karatker, dob ili ukus u glazbi, na Špancirfestu, svatko može pronaći nešto za

sebe. Uz dječji program, koncerte raznovrsne glazbe, izložbe raznih umjetnika, uličnih nastupa i ponude jela i pića, postoji širok izbor aktivnosti koju posjetitelji mogu iskustiti kada posjećuju manifestaciju. S obzirom na svoju prepoznatljivost i raznolikost, na sebe privlači i određenu medijsku pozornost, te se iz tog razloga može kao snaga navesti dobra medijska pokrivenost. Osim što lokalna televizija pod nazivom VTV u svoj program za vrijeme trajanja manifestacije uključuje izravan prijenos s manifestacije, radio stanice kao što su Radio Varaždin i Radio Sjeverozapad organiziraju svoj studio na gradskim ulicama kako bi slušateljima prenijeli atmosferu. Varaždinske vijesti, Varaždinski.hr, eVaraždin, te 7Plus-Regionalni tjednik tijekom trajanja manifestacije svakodnevno prenose atmosferu čitateljima putem internetskih članaka koje najčešće uključuju fotografije s događanjima i posjetiteljima prethodnog dana. Uz prijenos lokalne televizije i radio stanica, regionalne televizijske kuće kao što su Hrvatska Radio Televizija, Nova TV i RTL svake godine naprave nekoliko reportaža o manifestaciji u svojim informativnim emisijama. Najčešće se navedene reportaže odnose na sam početak manifestacije i uz to program koji očekuje posjetitelje, te na kraj manifestacije i uspješnost što se tiče broja posjetitelja i financijske uspješnosti. Blizina grada Zagreba, Slovenije i Mađarske može se navesti kao snaga u smislu dobre lokacije. S obzirom na dobru povezanost autocestom i lokalnim cestama svih navedenih mjesta, jednostavno je posjetiteljima doći na manifestaciju što značajno utječe na broj posjetitelja i njihovu financijsku potrošnju. Osim povoljne lokacije, posjetiteljima je važan razlog dolaska na manifestaciju, dolazak kvalitetnih i prepoznatljivih izvođača. Na 25. izdanju festivala 2023. godine, neki od glazbenih nastupa su bili škotska grupa Franz Ferdinand, dok im je predgrupa bila slovenska grupa Joker out koji su te iste godine predstavljali Sloveniju na Eurovizij. Radi te dvije grupe, taj dan Špancirfest su posjetili ljubitelji glazbe iz raznih dijelova Hrvatske i svijeta. Ostale dane na Špancirfestu nastupili su izvođači kao što su: Silente, TBF, Neno Belan, Parni Valjak, te mnogi drugi. Svi dosad navedeni izvođači nastupali su na glavnoj i najvećoj pozornici festivala koja se nalazi u podnožju starog grada, te je ulaz na sve navedene koncerte bio u potpunosti besplatan.

Nešto što se već godinama ističe kao slabost prema komentarima na društvenim mrežama su infrastrukturni izazovi. Posjetitelji i stanovnici prigovaraju radi manjka parkirnih mjesta u samom centru grada gdje se održava manifestacija, te radi organizacije prometa u centru. Za vrijeme Špancirfesta 2023. godine bio je organiziran autobusni prijevoz od parkirališta izvan centra grada, ali svejedno su nastajale gužve u centru grada. Osim navedenog, slabost koja se može istaknuti je zasićenost sadržaja. S obzirom da se radi o festivalu koji se tradicionalno održava već 25 godina, može doći do zasićenosti sadržaja koji se ponavlja, te je potrebno svake godine uvoditi neke novitete kako bi se održala zainteresiranost posjetitelja. Pošto je u

pitanju festival koji često promiče kulturu i tradiciju, teško je osmisliti svake godine nove sadržaje kako nebi došlo do zasićenosti, ali su svake godine vidljive određene promjene kao što je promjena lokacije održavanja određenih dijelova sadržaja i slično.

Neke od prilika koje bi Špancirfest mogao iskoristiti je diverzifikacija sadržaja koja se odnosi na obogaćivanje programa različitim sadržajima kako bi se privukla široka publika, te kako bi se zadovoljile različiti interesi posjetitelja i obuhvatila šira tržišna niša. Digitalna prisutnost je važna komponenta kod promoviranja festivala u današnjem vremenu kada se većina promotivnih aktivnosti odvija u digitalnom okruženju. Iako već sada postoje službena internetska stranica festivala, te profili na društvenim mrežama kao što su instagram, facebook, youtube i ostale, važno je pojačati digitalnu aktivnost.

Što se tiče prijetnji, ona koja se pokazala najznačajnija za turizam u posljednjih nekoliko godina je utjecaj vanjskih faktora koji podrazumijevaju pandemije, ratove i krize. Godine 2020. se Špancirfest nije održao radi pandemije COVID-19, te je pandemija značajno utjecala na turizam u cijelom svijetu. Sve češće se spominju i financijske krize koje su posljedica pandemije i rata u određenim dijelovima svijeta, te one također utječu na održavanje manifestacije radi povećanja troškova održavanja, ali i radi smanjenje mogućnosti i želje posjetitelja za dodatnom potrošnjom na manifestaciji. Uz to se mogu nadovezati i sigurnosni izazovi s obzirom da je 2021. godine održan Špancirfest za vrijeme trajanja pandemije, te je sigurnost posjetitelja bila veliki izazov za organizatore. Pristup određenim sadržajima imali su samo posjetitelji s COVID potvrdoma kako bi se zaštitili posjetitelji od potencijalnog širenja zaraze. Promjena preferencija turista je prijetnja koja se može povezati sa zasićenosti sadržaja koji se ponavlja. Naime, u današnjem svijetu uz visok stupanj razvoja i inovativnosti, u turizmu su također tražene sve češće promjene i inovacije, te turisti često mijenjaju svoje preferencije što se tiče turističke ponude. Na navedeno se nadovezuje konkurencija drugih događanja jer bez obzira na konkurentsku prednost radi prepoznatljivosti, radi današnje turističke potražnje koja zahtjeva sve više inovacija od strane turističkih destinacija, postoji sve više događaja koji privlače iste ili slične posjetitelje. S obzirom na to da se većina aktivnosti za vrijeme Špancirfesta održava na otvorenom, značajnu ulogu u uspješnosti festivala u vidu broja posjetitelja i financijske uspješnosti imaju vremenski uvjeti. Nekoliko puta tijekom održavanja manifestacije, organizatori su bili prisiljeni otkazati koncert ili neku drugu aktivnost u programu radi loših vremenskih uvjeta. Kazališne predstave i manji koncerti prebacivali su se u dvorane u areni Varaždin, ali veći koncerti koji su se trebali održati na glavnoj pozornici bili su premješteni na neki drugi dan, ako je to bilo moguće.

2.4. Kvantitativna analiza

Kvantitativni pokazatelji kojima se vrši kvantitativna analiza potražnje su broj ostvarenih dolazaka i noćenja u destinaciji, te prosječna potrošnja turista, a za ponudu broj smještajnih jedinica, ugostiteljskih objekata, itd. Kada je riječ o Špancirfestu, najznačajniji kvantitativni pokazatelj ponude je detaljna analiza programa festivala gdje je vidljiv broj održanih koncerata, izložba, uličnih nastupa, ponuda jela i pića,

U nastavku se nalazi analiziran program Špancirfesta iz 2023. godine, a podaci su preuzeti sa službene stranice Špancirfesta. Što se tiče glazbenog programa, sveukupno je održano 47 nastupa različitih izvođača. Od njih 47, njih troje je održano ispred Vile Bedeković i za njih se ulaz naplaćivao, a ostali su za posjetitelje bili u potpunosti besplatni. Osim glazbenog programa, postoji i program pod imenom „Heroji ulica“ gdje nastupaju ulični glazbenici i za taj program se mogu javiti glazbenici na natječaj koji organizira turistička zajednica i time dobiti priliku za nastupom na najpoznatijem uličnom festivalu. Za vrijeme manifestacije 2023. godine ukupno je nastupalo 19 glazbenika. Što se tiče uličnog programa, svaki dan za vrijeme trajanja manifestacije program je bio ispunjen različitim uličnim izvođačima. Ukupno je 59 nastupa održano, a neke od izvođača posjetitelji su imali priliku vidjeti više dana. Važno je istaknuti da se 2023. godine kod otvorenja manifestacije nije organizirao vatromet, već je bio organiziran „Laser show“ kako se nebi promovirala pucnjava radi zaštite životinja koje su osjetljive na zvuk.

Što se tiče kvantitativne analize potražnje, ona se može analizirati s brojem dolaska i noćenja u gradu Varaždinu za vrijeme Špancirfesta. Suradivanjem s turističkom zajednicom grada Varaždina, pružani su podaci o broju dolazaka i noćenja za vrijeme održavanja Špancirfesta u periodu od 2017. do 2023. godine, te s nedostatkom 2020. godine jer navedene godine manifestacija nije održana radi pandemije COVID-19.

Tablica 4: Analiza dolazaka i noćenja za vrijeme Špancirfesta

Godina	2017.	2018.	2019.	2021.	2022.	2023.
Dolasci	2.235	2.691	2.869	2.509	3.231	3.496
Noćenja	4.254	6.701	6.001	5.801	7.363	7.387

Izvor: Arhiva turističke zajednice grada Varaždina

Iz prethodne tablice vidljivo je kako je najveći broj dolazaka i noćenja ostvaren 2023. godine, te nakon toga prethodne 2022. godine čime se može zaključiti kako se Špancirfest nakon izbijanja pandemije COVID-19 2020. godine, vratio na razinu broja dolazaka i noćenja prije pandemije, te su se ti brojevi i povećali što može značiti da je ponuda posjetiteljima

zanimljiva. S obzirom da se Špancirfest održava 10 dana, te ukoliko se broj noćenja iz 2023. godine podijeli na tih 10 dana, dobije se prosječni broj noćenja u jednom danu na području grada Varaždina koja iznosi 738 noćenja. Grad ukupno raspolaže s 1.616 ležajeva, te je prema izračunima to dovoljno ponude da se zadovolji potražnja. Nije realno za očekivati da je ostvaren isti broj noćenja svaki dan, ali navedeni izračun je napravljen kako bi se približno usporedile ponuda i potražnja. Kada se podijeli broj noćenja s brojem dolaska za 2023. godinu, vidljivo je kako je u prosjeku svaki gost u destinaciji ostvario 2 noćenja.

2.5. Financijska analiza

Kako bi se odredila financijska isplativost festivala, izvršena je financijska analiza s detaljnim prikazom prihoda i rashoda Špancirfesta. Podaci su omogućeni suradnjom turističke zajednice grada Varaždina, te su analizirani podaci u razdoblju od 2017. do 2023. godine. Važno je napomenuti kako nije uzeta u obzir 2020. godina pošto se radi pandemije COVID-19 nije održao festival, točnije održala se simbolična „online“ verzija. Iako je u 2023. godini u Republici Hrvatskoj službena novčana valuta postala euro, radi usporedbe s prethodnim godinama, novčani pokazatelji su izraženi u kunama.

2.5.1. Analiza prihoda Špancirfesta

Tablica 5: Analiza prihoda Špancirfesta

Prihodi (u kn)	2017.	2018.	2019.	2021.	2022.	2023.
Generalni pokrovitelj – Grad Varaždin	300.000,00	800.000,00	500.000,00	1.000.000,00	1.300.000,00	1.883.625,00
Hrvatska turistička zajednica	250.000,00	250.000	250.000,00	100.000,00	70.000,00	-
Sponzorstva	1.587.611,46	1.667.638,59	1.554.238,56	1.228.785,00	1.557.180,00	1.896.539,43
Prihodi od zbrinjavanja otpada i električne energija	47.455,00	33.021,50	34.129,20	29.933,60	49.092,98	31.900,39
Prihodi od zakupa i iznajmljivanja imovine	1.044.005,00	1.101.035,00	1.103.169,54	876.124,51	896.585,00	965.583,62

Prihodi od prodaja ulaznica	252.023,01	254.683,01	173.546,54	100.753,39	156.711,30	151.795,09
Ostalo	331.854,00	-	110.000,00	506.602,75	617.094,00	697.138,51
Ukupno	3.812.948,47	4.106.378,10	3.725.083,80	3.842.199,25	4.699.709,78	5.626.627,55

Izvor: Arhiva Turističke zajednice grada Varaždina

Generalni pokrovitelj festivala je grad Varaždin. Analiziranjem njihovog doprinosa iz godine u godinu, vidljivo je kako su kroz godine postepeno povećavali iznos koji je izdvojen za financiranje festivala, te je jedino smanjenje iznosa zabilježeno 2019. godine uspoređujući s prethodnom godinom. Najveći iznos zabilježen je 2023. godine, kada su za manifestaciju izdvojili 250.000 eura ili 1.883.625,00 kuna. Ovaj porast se može povezati i s inflacijom i povećanjem troškova organizacije manifestacije, te potrebom za većim prihodima kako bi se mogli pokriti svi troškovi. Analizom prihoda vidljivo je da su kontinuirano svake godine najveći izvor prihoda sponzorstva. Samim time, sponzorstva se mogu iskazati kao važni faktori organizacije i održavanja manifestacije, jer bez njih, budžet za organizaciju bi bio znatno manji. Neki od sponzora manifestacije su: Vindija, Pan, Coca Cola, Kufland, Ina, Erste Bank, Roto, Varkom, Arsenal Grupa, Fina, Croatia osiguranje i mnogi drugi. Hrvatska turistička zajednica je do 2021. godine jednakim iznosom od 250.000 kuna sudjelovala u organizaciji, ali 2021. godine taj iznos se počeo smanjivati, vjerojatno radi pandemije COVID-19 i utjecaja koji je pandemija imala na turizam u cijeloj državi. Što se tiče ostalih prihoda koji nisu zasebno navedeni u tablici, oni su se kroz godine mijenjali, te će se u nastavku razmotriti za svaku promatranu godinu. Godine 2017. su među njima bili Ministarstvo poduzetništva i Varaždinska županija koji su pridonjeli sa 35.000 kuna, te prihodi od terasa Grada Varaždina i Turističke zajednice grada Varaždina koji su zajedno iznosili 240.854 kuna. Od strane Ministarstva poduzetništva i Varaždinske županije 2019. godine za organizaciju festivala pristigla su sredstva u iznosu od 80.000 kuna. Ostalih 30.000 kuna su navedena kao „Sredstva za MOP“. Godine 2021. se jedino od promatranih godina spominju sredstva Europske Unije u sklopu projekta „People power partnership“ u iznosu od 426.382,75 kuna. Također se izvanredno spominju prihodi od prefakturiranih troškova tjelesne zaštite, te sufinanciranje COVID testiranja u iznosu od 50.220 kuna. Sredstva Varaždinske županije su iznosila 30.000 kuna. U 2022. godini mogu se istaknuti sredstva od Varaždinske županije i Turističke zajednice Varaždinske županije koji su iznosili 270.000 kuna. Ovdje se prvi puta u promatranim godinama spominje turistička zajednica Varaždinske županije kao izvor prihoda. Spominju se i prihodi od terasa grada Varaždina i turističke zajednice grada Varaždina u iznosu od 295.714 kuna. Prvi puta se spominju prihodi od marketinških usluga u iznosu od 22.000 kuna. U

financijskom izvješću iz 2023. godine se u tablici gdje su navedeni prihodi ne spominje Hrvatska turistička zajednica, ali su bez obzira na to ostvareni najveći prihodi od svih promatranih godina u iznosu od 5.626.627,09 kuna ili 746.781,81 eura. Sredstva od Varaždinske županije i turističke zajednice Varaždinske županije iznosila su zajedno 376.725 kuna. Prihod od terasa grada Varaždina i turističke zajednice grada Varaždina iznosio je zajedno 297.855,51 kuna, dok je prihod od marketinških usluga iznosio 22.603,50 kune. Uz očiti porast prihoda, uviđen je i postepeni porast rashoda koji su detaljno analizirani u nastavku.

2.5.2. Analiza rashoda Špancirfesta

Tablica 6: Analiza rashoda Špancirfesta

Rashodi (u kn)	2017.	2018.	2019.	2021.	2022.	2023.
Najam pozornica, tribina, razglasa, rasvjete, glazbene opreme	529.186,50	510.616,25	648.404,05	505.962,00	788.187,00	966.368,72
Elektro priključci, privremeni priključci	93.855,67	120.377,63	140.800,00	132.790,00	176.870,00	207.974,80
Transportni troškovi	64.461,15	63.016,02	61.323,40	90.088,23	57.070,00	50.962,60
Trošak rada	138.329,26	233.413,30	232.824,78	260.277,66	300.388,65	365.454,89
Najam prostora	16.389,21	12.950,00	8.000,00	21.500,00	73.306,00	77.665,63
Najam šatora i opreme	95.867,05	80.592,80	51.540,00	62.150,00	155.126,75	224.415,08
Zaštitari	170.695,00	222.814,00	213.930,00	195.876,00	187.025,00	221.981,44

Održavanje	114.265,88	63.623,09	65.519,00	77.705,09	38.337,98	8.083,84
Trošak programa	1.546.651,85	2.148.573,62	1.285.856,20	1.572.348,10	1.676.254,81	2.190.285,86
Trošak transfera, noćenja i prehrane izvođača	204.810,28	373.393,12	188.500,40	100.107,41	186.512,30	274.760,84
ZAMP	60.000,00	100.000,00	90.000,00	34.220,29	56.357,37	83.103,95
Promotivni troškovi	259.602,68	352.338,87	342.582,89	283.293,41	607.966,17	523.652,72
Ostali troškovi	74.568,21	165.312,23	165.616,97	118.251,07	197.317,08	341.716,92
Ukupno	3.368.682,74	4.447.020,93	3.494.897,69	3.454.569,26	4.500.719,63	5.536.427,30

Izvor: Arhiva Turističke zajednice grada Varaždina

Kod analiziranja rashoda za Špancirfest, uočeno je da je najveći rashod za trošak programa što uključuje glazbeni program, plaćanje honorara, odabir izlagača, opremanje, te troškovi Parka kreative. Najveći troškovi su ostvareni 2018. i 2023. godine kada su iznosili više od 2.100.000 kuna, dok su ukupni najveći rashodi ostvareni 2023. godine u iznosu od 5.536.427,30 kuna ili 734.810,18 eura. Moguće je zaključiti da su troškovi visoki radi inflacije koja je obilježila 2023. godinu, te eventualno radi dolaska glazbenih imena kao Franz Ferdinand za koje su troškovi vjerojatno veći nego za glazbenike iz regije. Kroz godine su znatno porasli i troškovi najma pozornica, tribina, razglasa, rasvjete i glazbene opreme. Razlika između navedenih troškova u 2017. i u 2023. godini iznosi 437.182,22 kune što može biti posljedica ranije spomenute inflacije, ali i potrebom za kvalitetnijom opremom koja je često i skuplja. Značajno je porastao i trošak rada u koji su uključeni rad tehničke službe, pratitelja, informatora, pomoćnog osoblja, te studenata. Povećanje troška se može pripisati povećanju minimalca i minimalne studentske satnice, što je također posljedica inflacije, ali se može i povezati s potencijalnom potrebom za više radnika radi povećanja obujma festivala, te su samim time troškovi veći. Kroz godine su porasli i troškovi elektro priključaka i privremenih priključaka, a razlog porasta može biti potreba za više priključaka kao i poskupljenje električne energije. Od prikazanih stavki, u 2023. godini najviši troškovi od promatranih godina bili su za najam prostora i najam šatora i opreme. Razlog za većim troškovima može biti potreba za

više prostora, šatora i opreme radi većeg obujma festivala, te radi poskupljenja najma. Promotivni troškovi uključuju letke, program, vizuali, tisak jumbo plakata, ljepljenje plakata, roll up banner, majice s tiskom, grafički dizajn, oglas u medijima i portalu, marketinške usluge, te održavanje web stranica. Oni su iznosili najviše 2022. godine, te nakon toga 2023. godine. Što se tiče stavke „ostali troškovi“, uključuje troškove koji se ili svake godine mijenjaju, ili se ne smatraju značajnim za izdvajanjem kao što su najam akreditacijskog kompleta i najam kemijskih WC-a. U dokumentaciji pružanoj od strane Turističke zajednice, pod ostalim troškovima navedene su stavke kao što su premija osiguranja, vatromet, potrošni materijal, radne dozvole, trošak goriva, oslikavanje vozila, provizija Eventim, parking na prostoru Autokluba Varteks koji je organiziran 2023. godine s ciljem smanjivanja problema s parkirnim mjestom u centru grada, odvjetničke usluge, usluge posredovanja, najam štandova, meteorološko savjetovanje i mnogi drugi. Ostali troškovi su također porasli u 2023. godini uspoređujući s prethodnim godinama, te su iznosili 144.399,84 kuna više od prethodne 2022. godine.

Tablica 7: Analiza dobiti i gubitka

	2017.	2018.	2019.	2021.	2022.	2023.
Ukupni prihod	3.812.948,47	4.106.378,10	3.725.083,80	3.842.199,25	4.699.709,78	5.626.627,55
Ukupni rashod	3.368.682,74	4.447.020,93	3.494.897,69	3.454.569,26	4.500.719,63	5.536.427,30
Razlika	444.265,73	-340.642,83	230.186,11	387.629,99	198.990,15	90.200,25

Izvor: Arhiva Turističke zajednice grada Varaždina

Pri sagledavanju razlika u prihodima i rashodima za vrijeme trajanja Špancirfesta, vidljivo je kako nema značajne dobiti s obzirom na uložena sredstva. Godine 2018. zabilježen je gubitak nakon održane manifestacije u iznosu od 340.642,83 kune. Iz navedenih podataka moguće je uočiti kako organizatori nemaju veliku financijsku korist od organizacije manifestacije već je važnije prikazati tradiciju i kulturu, te organizirati dodatne sadržaje za turizam grada Varaždina i time povećati priljev turista od kojeg je financijska korist vidljiva kod ugostiteljskih i smještajnih objekata, te kod drugih prodavatelja proizvoda i usluga.

3. Porcijunkulovo

U glavnom gradu Međimurske županije, Čakovcu, svake se godine krajem srpnja i početkom kolovoza održava manifestacija pod imenom „Porcijunkulovo“ u centru grada. Za razliku od Špancirfesta, Porcijunkulovo je manifestacija koja ima vjersku pozadinu, te i danas kroz održavanje manifestacije poštuje vjerske običaje. Razlog zašto se može nazvati i urbanom kulturnom manifestacijom je radi modernizacije i uvođenja novosti u program u zadnjih nekoliko godina, te daljnjim promicanjem svoje kulture i tradicije kroz isti.

3.1. Turistička ponuda grada Čakovca

Grad Čakovec se nalazi na sjeveru Republike Hrvatske, te u blizini granica sa Slovenijom i Mađarskom što znači da se nalazi na pogodnoj geografskoj lokaciji. Sa Zagrebom je povezan autoputom, te je time omogućen brz dolazak turista. Turizam grada Čakovca je usko povezan s turističkom ponudom u cijeloj Međimurskoj županiji radi blizine, te je turistička ponuda raznovrsna i široka. Sveti Martin na Muri koji se nalazi otprilike 20 kilometara od grada Čakovca ima smještajni kapacitet koji se sastoji od 151 sobe u hotelu, te 104 apartmana u hotelu i izvan njega, Hotel i apartmani se nalaze u neposrednoj blizini Terma Sveti Martin na Muri u koje posjetitelji dolaze iz rekreativnih i lječilišnih razloga. Upravo radi navedene turističke ponude u blizini, sam grad Čakovec češće puni svoje smještajne kapacitete radi kongresnog turizma, te se turisti koji se nalaze u obližnjim mjestima i gradovima zapute u grad na jednodnevni izlet.

Tablica 8: Ostvaren broj noćenja na području Međimurske županije 2018.-2023. godine

Turistička zajednica općine / grada	Godina						% u strukturi 2023.	Indeks 2023/2022
	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.	2023.		
Sveti Martin na Muri	142.660	147.380	75.410	103.370	141.189	147.266	66%	105
Čakovec	20.975	26.309	14.069	21.670	28.757	31.578	14%	110
Prelog	7.857	8.131	3.622	7.054	10.984	13.902	6%	127
Nedelišće	6.457	4.881	2.571	3.554	4.705	5.611	3%	120
Mursko Središće	117	62	1.405	377	2.014	16	0%	4
Mura i gorice	0	0	0	0	0	2.031	1%	0
Štrigova	1.963	2.384	2.343	3.689	5.183	5.958	3%	115
Općine bez TZ: Sveti Juraj na Bregu, Donji Kraljevec, Donji Vidovec	9.779	11.782	6.518	10.959	16.044	14.741	7%	84
MEĐIMURSKA ŽUPANIJA	189.808	200.929	106.204	150.672	208.876	221.103	100	106

Izvor: Izvješće o izvršenju programa rada Turističke zajednice Međimurke županije za 2023. godinu

U tablici broj 8 koja prikazuje ostvareni broj noćenja na području Međimurkse županije za razdoblje 2018. – 2023. godine, vidljivo je kako je svake promatrane godine najveći broj noćenja ostvaren na području Svetog Martina na Muri iz prethodno navedenih razloga.

Tablica 9: Hotelski smještajni kapacitet na području grada Čakovca

	Broj soba	Broj ležajeva
Hotel Castellum****	30	61
Hotel Park**	106	186
Ukupno	136	247

Izvor: obrada autora prema podacima dostupnim na službenim stranicama Hotela Castelluma i Hotela Park

Što se tiče hotelskog smještaja na području grada Čakovca, on se sastoji od dva hotela koji imaju zajedno smještajni kapacitet za 247 osobe. Oba hotela su koncentrirana na kongresni turizam, te je većina soba dvokrevetna s twin krevetima što znači da postoji nedostatak smještajnih jedinica za obitelji. S obzirom na količinu dječjih sadržaja za vrijeme trajanja manifestacije, ciljna skupina su između mnogih i obitelji s djecom, a manjak hotelskog smještaja može biti prekretnica i razlog ne dolaska na manifestaciju ako žele doputovati iz udaljenijih mjesta. U nastavku su analizirani ostali oblici smještaja na području grada.

Tablica 10: Smještajni kapacitet u Čakovcu

	Broj objekta	Broj soba	Broj ležajeva
Hosteli	2	24	152
Apartmani	23	-	-
Ukupno	25	24	152

Izvor: obrada autora na temelju podataka dostupnih na službenoj stranici Turističke zajednice Međimurje

Iz tablice je vidljivo da je u gradu Čakovec brojniji hotelski smještajni kapacitet nego hostelski. Na području grada Čakovca se nalaze 2 hostela koja ukupno imaju smještajni kapacitet za 152 ljudi. Hostel Industrial ima na raspolaganju sobe za 4 kreveta, dok hostel Omnibus ima na raspolaganju sobe dvije sobe s 8 kreveta, dvije sobe s 6 kreveta, te po dvije sobe s 14, 7, 4 i 3 kreveta.

3.2. Opća obilježja Porcijunkulova

Porcijunkulovo je po prvi puta održano 1964. godine kao „sajam tradicijskih zanata“ usko povezan s vjerskim blagdanom Gospe od anđela koja se također naziva Porcijunkula i obilježava se svake godine 2.8. ¹⁶Manifestacija najčešće traje 6 dana, te se u tom razdoblju ulice u centru grada ukrase kišobranima koji su zaštitni znak manifestacije. Manifestacija se organizira u duhu spoja tradicije, vjere i modernih sadržaja koji su prigodni za sve uzraste. Manifestacija je dobila titulu najveće manifestacije na području Međimurja. Program je raspoređen u nekoliko zona koje je moguće naći u programskoj knjižici festivala. Zona tradicije i starih zanata je zona koja posvećena očuvanju povijesti i kulture kroz predmete ručne izrade, OPG proizvode, demonstraciju starih zanata, tradicijsku nošnju, te razne nastupe kulturno umjetničkih društva, tamburaških sastava i tradicijske glazbe. U Crkvi svetog Nikole vjernici mogu dočekati blagdan Majka Božja od Anđela ili Porcijunkula uz trodnevnicu. Urbana zona je mjesto gdje nastupaju urbani izvođači iz regije, te se na istoj lokaciji nalazi eno-gastro ponuda i ulična umjetnost. U perivoj zoni se nalazi takozvana Velika bina gdje se održavaju koncerti glazbenika iz Hrvatske i okolice koji privlače najveću pozornost posjetitelja. Također se u perivoj zoni nalaze vinograd i lunapark. U vinogradu međimurski vinari izlažu svoja vina kako bi ih posjetitelji mogli degustirati i kupiti, te se u blizini nalazi i široka ugostiteljska ponuda. Ideja retro ili etno zone je da program odvede posjetitelje u doba „kak je negda bilo“ točnije u vremena kao što su 80. i 90. godine prošlog stoljeća. U dječjoj zoni posjetitelji mogu pronaći kreativne radionice za djecu i mlade, kazališne predstave, glazbeni afterparty program te lounge i piknik zonu. U programskoj knjižici vidljiv je podatak da je za održavanje manifestacije 2023. godine ostvarena suradnja s Hrvatskim Željeznicama u kojoj se svim posjetiteljima koji odluče na manifestaciju doputovati vlakom, odobrava popust od 40% na redovne cijene povratnih prijevoznih karata.

3.3. Kvalitativna analiza

Kao i za Špincirfest, kako bi se odredile snage, slabosti, prilike i prijetnje Porcijunkulova, u nastavku je izvršena SWOT analiza.

¹⁶ Informativni internetski portal „međimurje.info“ - <https://medimurje.info/wp/porcijunkulovo/> posjećeno 17.04.

Tablica 11: SWOT analiza Porcijunkulovo

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> • Duga povijest tradicije i kulture • Raznolika ponuda • Lokacija • Dugovječnost 	<ul style="list-style-type: none"> • Nedostatak promocije izvan regije • Nedostatak financijske podrške
PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> • Suradnja s turističkim agencijama • Digitalna promocija • Programi za obitelji i djecu 	<ul style="list-style-type: none"> • Ekonomska nestabilnost • Sigurnosni izazovi • Ovisnost o vremenskim uvjetima za vrijeme trajanja manifestacije • Konkurencija • Promjene preferencija turista

Izvor: Obrada autora

Kao jedna od snaga održavanja manifestacije Porcijunkulovo može se navesti duga povijest tradicije i kulture. Porcijunkulovo ima duboke korijene u tradiciji i kulturi, što ga čini autentičnim i privlačnim događajem za posjetitelje. Na to se može nadovezati raznolika ponuda koja obuhvaća posjetitelje različitih interesa i godina. U ponudu se ubrajaju tradicijski i kulturni sadržaji, vjerski sadržaj, glazbeni program, gastronomska ponuda, dječji program i mnogi drugi. Lokacija pruža manifestaciji Porcijunkulovo prednost ispred sličnih manifestacija na području Hrvatske, s obzirom na blizinu Slovenije, Mađarske, te Zagreba i Varaždina, a važno je spomenuti i dugovječnost kao snagu s obzirom na dugi niz godina koji se održava manifestacija. Za manifestacije koje se održavaju u toliko dugom periodu bez prestanka, manja je vjerojatnost da će se prestati održavati kako se nebi prekinula dugotrajna tradicija.

Što se tiče slabosti, najizraženijom bi se mogla istaknuti nedostatak promocije izvan regije. Naime, za razliku od prethodno navedenog Špancirfesta, Porcijunkulovo nije toliko poznato na državnoj razini, a još manje poznato izvan države. Kada bi se promocija pojačala putem

društvenih mreža ili drugih promidžbenih kanala, vjerojatno bi se okupio i veći broj posjetitelja, te bi se samim time manifestacija mogla dalje razvijati. Što se tiče nedostatka financijske podrške, detaljnije je analizirano u odlomku financijske analize, ali važno je napomenuti da Porcijunkulovo znatno manje prihode od sponzorstva i sveukupno od Špancirfesta.

Kako bi se povećao broj posjetitelja iz drugih dijelova Hrvatske i drugih država, mogla bi se ostvariti suradnja s turističkim agencijama. Turističke agencije bi u tom slučaju mogle osmisliti ponudu koja obuhvaća dolazak i obilzak manifestacije, a turistička zajednica grada Čakovca, mogla bi dogovoriti povoljnije cijene smještaja ili osmisliti posebni program za dolazak grupa u njihov grad kao što je vođenje s turističkim vodičem po gradu. Osim toga, digitalna promocija može biti način kojim će se privući veći broj posjetitelja na manifestaciju. S obzirom na veliku količinu sadržaja i informacija koje se šire internetskim putem, važno je osmisliti kvalitetan sadržaj kojim će se privući pozornost željene skupine i time promovirati događaj. Osmišljavanje kvalitetnijih programa za obitelji i djecu je dobar način kako unaprijediti ponudu događaja i osigurati dolazak većeg broja posjetitelja.

Prijetnje koje su bile spomenute za Špancirfest se mogu primjeniti i za Porcijunkulovo s obzirom na slične rizike. Ekonomska nestabilnost može ugroziti održavanje manifestacije radi nemogućnosti financiranja, a ona ovisi o vanjskim čimbenicima na koje nije moguće utjecati. Sigurnosni izazovi se kao i kod Špancirfesta mogu nadovezati na pandemiju COVID-19, kao i na neke druge sigurnosne prijetnje. Ovisnost o vremenskim uvjetima za vrijeme trajanja manifestacije je prijetnja kad se spominje bilo koja manifestacija koja se održava na otvorenom, te se s tim rizikom i problemom susreću i organizatori Porcijunkulova. Konkurencija je navedena kao prijetnja s obzirom na to da se Špancirfest održava nedaleko od Čakovca, a znatno je poznatiji od Čakovca, te se dosta često Porcijunkulovo radi blizine i slične tržišne niše uspoređuje s Špancirfestom ili sličnim manifestacijama. Promjene preferencija turista su možda i razlog zašto se manifestacija danas toliko promjenila za razliku od početaka kad je više bilo usmjereno prema tradiciji, vjeri i kulturi, a ne toliko na zabavnim sadržajima kao što je to danas. Preferencije turista se stalno mijenjaju, te je važno osmišljavati nove sadržaje, a opet zadržati tradicijski duh koji je bio tu od samih početaka.

3.4. Kvantitativna analiza

Kako bi se mogla izvršiti kvantitativna analiza, važno je pogledati kvantitativne pokazatelje ponude i potražnje. Za kvantitativnu analizu ponude biti će analizirana ponuda same manifestacije uz pomoć programske knjižice dostupne na službenim internetskim stranicama Turističke zajednice grada Čakovca, te broj smještajnih jedinica na području grada.

U programskoj knjižici izdanoj od strane Turističke zajednice grada Čakovca za Porcijunkulovo 2023. godine, podijeljeni su sve aktivnosti po danima održavanja. Manifestacije se održavala od 28.07. do 02.08.2023. godine. Za svaki dan održavanja manifestacije ispisani su dijelovi grada u kojima se održavaju aktivnosti, te kada se održavaju i koje aktivnosti su na programu za taj dan. Što se tiče lokacija podijeljene su na: zgradu Scheier, dječju binu koja se nalazi na Perivoju Zrinski, Trg Republike, Deklina oaza, Mamas&Tapas – Beer garden, glavnu binu koja se također nalazi na Perivoju Zrinski, bina tradicije koja se nalazi na Franjevačkom trgu, Retro-etno bina koja se nalazi kod fontane u Perivoju Zrinski i urbana bin koja se nalazi u parku Rudolfa Kropka. Uz to, navedeni su i nastupi raznih DJ izvođača i bendova koje su organizirane od strane ugostiteljskih objekata ka što su Caffè bar Paladin, For bar, Arcus, Gradska kavana i Podroom. Kroz sve dane održavanja manifestacije se kod glavne bine u Perivoju Zrinski održavao „vino – grad“ od 18:00 sati, a uz to su bili organizirani koncerti raznih izvođača kao što su Petar Grašo, Željko Bebek, Klapa Intrade i Tomislav Bralić, te mnogi drugi. Tijekom 6 dana održavanja manifestacije ukupno je održano 26 koncerata. Osim na glavnoj bini, koncerti su se održavali na bini retro-etno bini, urbanoj bini i u deklinoj oazi. S obzirom da su koncerti većinom najčešći razlog posjete takvih manifestacije, održano je dovoljno koncerata kako bi se zadovoljile potrebe i želje posjetitelja. Svaki održani dan na dječjoj bini održavane su radionice i predstave za djecu s početkom u 10 sati i zadnjim programom u 20:00 sati. Ukupno je održano 7 predstava za djecu i 33 radionice. Neke radionice ponavljale su se svaki dan, te je zadnji dan održana prezentacije radionica. S obzirom na usku povezanost manifestacije s vjerskim blagdanom Porcijunkula koji se slavi 02.08., u programskoj knjižici istaknuta su misna slavlja i vjerske procesija u Crkvi sv. Nikole.

3.5. Financijska analiza

Financijska analiza izvršena je detaljnom analizom prihoda i rashoda Porcijunkulova. Podaci su dobiveni od strane Turističke zajednice grada Čakovca.

3.5.1. Analiza prihoda Porcijunkulova

Analiza prihoda izražena je u hrvatskim kunama i u 2023. godini bez obzira na službenu promjenu valute u euro radi lakše usporedbe s prethodnim godinama.

Tablica 12: Analiza prihoda Porcijunkulova

Prihodi (u kn)	2017.	2018.	2019.	2021.	2022.	2023.
-----------------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Generalni pokrovitelj	300.000,00	200.000,00	200.000,00	100.000,00	100.000,00	100.000,00
Hrvatska turistička zajednica	50.000,00	100.000,00	100.000,00	100.000,00	70.000,00	75.345,00
Sponzorstva	124.000,00	129.000,00	178.000,00	113.000,00	143.000,00	139.934,65
Prihodi od zbrinjavanja otpada i električne energija	7.550,00	7.000,00	7.050,00	6.550,00	-	-
Prihodi od zakupa i iznajmljivanja imovine	40.800,00	39.600,00	34.650,00	31.850,00	33.000,00	50.029,08
Prihodi od prodaja ulaznica	-	-	-	-	-	-
Ostalo	1.181.286,68	936.764,89	1.316.656,88	646.391,22	1.258.484,08	2.129.014,40
Ukupno	1.703.636,68	1.412.364,89	1.836.356,88	997.791,22	1.604.484,08	2.494.323,12

Izvor: Arhiva Turističke zajednica grada Čakovca

Za analizu prihoda manifestacije Porcijunkulovo promatrani su isti parametri i iste godine, točnije od 2017. do 2023. godine osim 2020. godine radi pandemije COVID-19, kao i za analizu prihoda manifestacije Špancirfest. Kao najveći izvor prihoda ističe se stavka ostalo u kojoj su navedeni prihodi od najma javnih površina koje direktno ne uprihoduje Turistička zajednica, već Grad Čakovec, te se naknadno sredstva proslijede u Turističku zajednicu. Prihod od strane generalnog pokrovitelja, točnije grada Čakovca, je najviše iznosio 2017. godine kada je iznosio 300.000 kuna, 2018. i 2019. godine je iznosio 200.000 kuna, dok je nakon 2020. godine iznosio 100.000 kuna. Hrvatska turistička zajednica je s najmanjim iznosom pomogla pri organizaciji 2017. godine kada su za organizaciju manifestacije izdvojili 50.000 kuna. Iduće godine, kao i 2019. i 2021., izdvojeno je 100.000 kuna, a iznos se ponovno smanjio 2022. godine što može biti posljedica inflacije. Što se tiče sponzorstva, sponzori koji su navedeni u programskoj knjižici manifestacije i na službenim internetskim stranicama jesu: Turistička zajednica Međimurje, PAN, Otp banka, Coca Cola, KIA, Međimurske vode, Vajda, Hrvatske željeznice putnički prijevoz, Poli, Jakopić Travel i mnogi drugi. Najveći iznos bio je 2019. godine kada je prihod bio 178.000 kuna. Kroz analizu prihoda vidljivo je kako je stavka

„Prihodi od prodaje ulaznica“ prazan, točnije ne postoje prihodi ostvareni od prodaje ulaznica jer za razliku od Špancirfesta, svi koncerti i aktivnosti su besplatni i posjetitelji ne moraju plaćati ulaz za niti jedan koncert. Sveukupni prihod iznosio je najviše 2023. godine kada je bio 2.494.323,12 kuna ili 331.053,57 eura, dok su najmanji prihodi bili 2021. godine kada su iznosili 997.791,22 kuna što je za 1.951.440,90 kuna manje nego 2023. godine. Smanjen prihod 2021. godine se može prepisati tome što je to bila prva godina održavanja nakon 2020. godine kada se radi pandemije COVID-19 nije održala manifestacija, te su prihodi radi velikih gubitaka u turizmu za vrijeme pandemije bili ograničeni.

3.5.2. Analiza rashoda Porcijunkulova

U nastavku je izvršena analiza rashoda, te su iznosi iz 2023. godine izraženi u kunama bez obzira na promjenu službene valute u eure radi lakše usporedbe s prethodnim godinama.

Tablica 13: Analiza rashoda Porcijunkulova

Rashodi (u kn)	2017.	2018.	2019.	2021.	2022.	2023.
Najam pozornica, tribina, razglasa, rasvjete, glazbene opreme, šatora i opreme	495.659,75	96.730,00	468.345,00	347.575,00	595.050,00	711.206,54
Elektro priključci, privremeni priključci	-	-	55.000,00	-	12.853,12	94.754,85
Transportni troškovi	1.225,00	1.740,20	2.426,99	4.625,00	250,00	271,84
Trošak rada	28.674,07	29.722,58	36.441,59	24.043,55	4.047,42	6.508,00
Najam prostora	-	-	-	-	-	-
Zaštitari	57.237,50	78.912,00	53.943,75	38.631,25	51.237,50	9.910,00
Održavanje	-	9.564,00	-	-	-	-

Trošak programa	543.256,18	587.629,31	494.103,60	259.775,29	646.629,90	963.046,98
Trošak transfera, noćenja i prehrane izvođača	15.030,01	-	-	-	3.918,99	25.137,35
ZAMP	-	33.299,98	28.573,45	23.134,28	-	49.988,92
Promotivni troškovi	228.825,00	331.786,55	356.968,30	146.411,70	226.610,75	370.342,30
Ostali troškovi	333.729,17	242.980,27	340.554,20	153.595,15	63.886,40	198.399,89
Ukupno	1.703.636,68	1.412.364,89	1.836.356,88	997.791,22	1.604.484,08	2.494.323,12

Izvor: Arhiva Turističke zajednice grada Čakovca

Prikupljajući podatke o analizi rashoda za manifestaciju Porcijunkulovo od strane Turističke zajednice grada Čakovca, istaknuto je kako su stavke „Najam šatora i opreme“ spojeni sa stavkom „Najam pozornica, tribina, razglasa, rasvjete, glazbene opreme“. Razlog tome je što se unutar Turističke zajednice navedene stavke ne knjiže posebno, nego zajedno. Za navedenu stavku, najviše su troškovi bili 2023. godine kada su iznosili 711.206,54 kuna. Prethodne godine su ti isti troškovi iznosili 595.050,00 kuna, te se navedeni rast troškova može prepisati poskupljenju radi ekonomske situacije ili poboljšanju kvalitete pozornica i svega uključenog u stavci. Najmanji iznos je vidljiv 2018. godine, dok su se 2017., 2019. i 2021. godine rashodi kretali između 340.000 kuna i 496.000 kuna. Troškovi elektro priključka i privremenih priključaka kao i troškovi programa su najviše iznosili 2023. godine, što se može prepisati većem broju sadržaja i potrebi za većim izvorom financiranja kao i inflaciji i povećanju troškova. Trošak programa je također najviše iznosio 2023. godine, te se visina troškova može prepisati kvalitetnijem i raznovrsnijem programu nego je bio prethodnih godina. Sveukupni troškovi su također bili najviši 2023. godine i to za 889.839,04 kuna viši nego prethodne 2022. godine. Mogući su različiti razlozi za povećane troškove, ali najvjerojatnije je razlog tome inflacija koja je zadesila sve sektore u Hrvatskoj i šire, te su radi poskupljenja porasli troškove organizacije manifestacija.

Analizirajući ukupne prihode i rashode, vidljivo je kako ni jedne godine nije ostvaren ni dobit ni gubitak. Organizatori svake godine uspiju ostvariti dovoljno prihoda kako bi pokrili rashode, te se može zaključiti kako se manifestacija ne organizira radi dobiti, već radi tradicije i kulture koju žele prikazati posjetiteljima, te dodatnih sadržaja za lokalnu zajednicu. Zahvaljujući

organizaciji manifestacije, postoji određena ekonomska korist na području grada Čakovca kroz ugostiteljske i smještajne objekte koji za vrijeme manifestacije imaju povećan promet, te navedeno nije iskazano u prethodnim tablicama pošto Turistička zajednica grada Čakovca nema direktan prihod od navedenog.

4. Istraživanje stavova lokalnih stanovnika prema manifestacijama Špancirfest i Porcijunkulovo

Kako bi se dobio odgovor na pitanje kako održavanje manifestacija Špancirfest i Porcijunkulovo utječe na lokalnu zajednicu, provedeno je istraživanje kroz dva identična anketna upitnika, jedan je obuhvatio stanovnike grada Varaždina i manifestaciju Špancirfest, dok je drugi obuhvatio stanovnike grada Čakovca i manifestaciju Porcijunkulovo. U nastavku je opisana metodologija istraživanja, prikazani su rezultati istraživanja kroz deskriptivnu i inferencijalnu statističku analizu, te je opisana interpretacija dobivenih rezultata.

4.1. Metodologija

Za potrebe prikupljanja primarnih podataka korištena je metoda anketnog upitnika. Anketni upitnik sastavljen je na način da su tražene sljedeće tri skupine varijabli:

- 8 varijabla vezane za socio-demografski profil ispitanicima (područje prebivališta, broj godina boravka u njemu, spol, dob, stupanj obrazovanja, poslovni status, stupanj zainteresiranosti za izlaske i druženja, te broj djece);
- 6 varijabla vezanih za posjećenu kulturnu manifestaciju (najinteresantniji dio ponude, stav u vezi duljine trajanja manifestacije, imaju li ispitanici ekonomske koristi od manifestacije, mišljenje o tome trebaju li se slične manifestacije održavati više puta godišnje);
- 17 tvrdnja vezanih za pozitivne i negativne učinke manifestacije (sa odgovorima na petstupanjskoj skali od 1 = ne utječe uopće, do 5 = utječe značajno).

Tvrdnje vezane za pozitivne i negativne učinke manifestacije preuzete su i modificirane iz znanstvenog rada pod naslovom “Uloga stavova lokalnog stanovništva o zagrebačkom Adventu kao dio imidža destinacije” čiji autori su Ella Baljkas i Krešimir Dabo, te je članak izdan u “International journal of multidisciplinary in business and science, Vol. 7, No. 11” u 2021. godini. Pitanja u upitnicima su bila zatvorenog tipa. Izuzetak je pitanje 9 u kojem se moglo izabrati više vrsti ponuda na posjećenoj manifestaciji koje su ispitaniku najinteresantnije. Posljednje pitanje u upitniku je bilo jedino pitanje sa otvorenim odgovorima a odnosilo se na prijedloge poboljšanja pozitivnih učinaka i smanjenja negativnih učinaka manifestacije. Svi upitnici su se popunjavali on line putem Google Forms i svi ispitanici su dali odgovore na gotovo sva pitanja. Iz dviju dobivenih excel datoteka (za posjetitelje Špancirfesta i za posjetitelje Porcijunkulova) podaci su konvertirani u SPSS datoteku. Na osnovu SPSS datoteke izvedene su statističke analize programom IBM SPSS Statistics 25 (SPSS Inc.,

Chicago, IL, SAD), a grafički prikazi su izrađeni pomoću Microsoft Office Excela 2010. za Windows (Microsoft Corporation, Redmont, WA, SAD) i SPSS programa.

Metode statističke analize koje su ovdje korištene su:

- a) Deskriptivne statističke metode (tabelarni i grafički prikazi, postoci, srednje vrijednosti i mjere disperzije);
- b) inferencijalne statističke metode (Kolmogorov-Smirnovljev test normalnosti distribucije, Mann-Whitneyev U test i Kruskal-Wallisov H test).

Rezultati analize su izneseni i opisani u tri poglavlja:

- deskriptivna statistička analiza, inferencijalna statistička analiza i analiza prikupljenih kvalitativnih podataka

Istraživanjem učinaka kulturnih manifestacija Špancirfesta i Porcijunkulova na lokalnu zajednicu obuhvaćen je 431 posjetitelj sa područja grada Varaždina odnosno Čakovca. Provedena su dva identična anketna upitnika koja su se sastojala od istih varijabli. Jedan anketni upitnik bio je za stanovnike grada Varaždina koji su posjetili manifestaciju Špancirfest, te drugi za stanovnike grada Čakovca koji su posjetili manifestaciju Porcijunkulovo. Jedina razlika u anketnim upitnicima bila je naziv događaja i grada koji su bili prilagođeni. Iz grada Varaždina je ukupno prikupljeno 212 ispitanika koji su posjetili manifestaciju Špancirfest, dok je iz grada Čakovca prikupljeno 219 ispitanika koji su posjetili manifestaciju Porcijunkulovo. Ukupni broj ispitanika iznosio je 431. Bio je korišten veći prigodni uzorak ($n = 431$), a anketa je provedena od sredine veljače do sredine travnja 2024. godine.

4.2. Rezultati istraživanja

4.2.1. Deskriptivna statistička analiza

Uzorak ispitanika činilo je 95 muškaraca (22%) i premoćan broj od 334 žene (77%), dok se dvoje ispitanika nije željelo izjasniti o spolu. Anketirane osobe su pretežno između 18 i 30 godina života (njih 47%).

Uzorak ispitanika iz populacije posjetitelja prema općim podacima o njima prikazan je frekvencijama (apsolutnim i relativnim) u tablici 14. U tablici 15 je struktura anketiranih posjetitelja prikazana prema općim karakteristikama navedenih manifestacija. U tablicama 17 i 18 odgovori su ispitanika na pojedina pitanja o pozitivnim i o negativnim učincima manifestacija.

Tablica 14: Anketirani ispitanici prema općim podacima (u apsolutnim i relativnim frekvencijama)

Varijabla i oblik varijable	Broj ispitanika		Postotak ispit.	
	u VŽ	u ČK	u VŽ	u ČK
Područje prebivališta u gradu:				
u dijelu grada u kojem se održava manifestacija	35	52	17%	24%
izvan dijela grada u kojem se održava manifestacija	177	167	83%	76%
Ukupno	212	219	100%	100%
Koliko dugo živi na području grada:				
manje od 3 godine	25	26	12%	12%
3 ili više godina	187	193	88%	88%
Ukupno	212	219	100%	100%
Spol ispitanika:				
Muški	36	59	17%	27%
Ženski	175	159	83%	73%
nisu se željeli izjasniti	1	1	0%	0%
Ukupno	212	219	100%	100%
Dob ispitanika:				
18 – 30	100	103	47%	47%
31 – 45	50	70	24%	32%
46 – 60	44	40	21%	18%
61 – 75	17	6	8%	3%
76 i više	1	-		
Ukupno	212	219	100%	100%
Stupanj obrazovanja:				
osnovna škola	1	4	0%	2%
srednja škola	89	93	42%	42%
preddiplomski studij	66	57	31%	26%
magisterij	53	62	25%	28%
doktorat	3	3	1%	1%
Ukupno	212	219	100%	100%
Poslovni status:				
učenik	11	21	5%	10%
student	22	35	10%	16%
zaposlen	154	150	73%	68%
nezaposlen	9	6	4%	3%
umirovljenik	14	6	7%	3%
ostalo	2	1	1%	0%
Ukupno	212	219	100%	100%
Zainteresiranost za izlaske i druženja:				
nikad nisam zainteresiran/a	2	1	8%	7%
rijetko sam zainteresiran/a	16	15		
povremeno sam zainteresiran/a	98	86	46%	39%
često sam zainteresiran/a	62	79	29%	36%
uvijek sam zainteresiran/a	34	38	16%	17%
Ukupno	212	219	100%	100%

Broj djece:				
0	114	119	54%	54%
1 ili 2	80	92	38%	42%
3 ili 4	14	7	7%	3%
više od 4	4	1	2%	0%
Ukupno	212	219	100%	100%

Struktura posjetitelja jedne manifestacije u odnosu na drugu vrlo je slična po obilježjima što su navedena u tablici 14. Manje razlike se uočavaju kod područja prebivališta, kod spola, kod dobi, kod poslovnog statusa i kod zainteresiranosti za izlaske i druženja. Veća je zainteresiranost kod posjetitelja Porcijunkulova (prosjeak je 3,6) u odnosu na posjetitelje Špancirfesta (prosjeak je 3,5).

Tablica 15: Anketirani posjetitelji prema općim karakteristikama pojedinih manifestacija

Varijabla i oblik varijable	Broj ispitanika		Postotak ispit.	
	u VŽ	u ČK	u VŽ	u ČK
Najinteresantniji dio ponude manifestacije (više str. odgov.):				
Koncerti	159	166	75%	76%
Izložbe	43	41	20%	19%
Izlagачi	61	88	29%	40%
dječji program	29	35	14%	16%
vinski grad	103	87	49%	40%
ponuda jela i pića	79	94	37%	43%
ulični nastupi	99	58	47%	14%
kazališne predstave	61	42	29%	19%
ostalo	11	21	5%	10%
Ukupno	-	-	-	-
Koliko puta za vrijeme trajanja posjetite manifestaciju:				
1	36	59	17%	27%
2 do 3 puta	106	106	50%	48%
4 ili više puta	70	54	33%	25%
Ukupno	212	219	100%	100%
Stav u vezi duljine trajanja manifestacije:				
premalo dana	11	32	5%	15%
dovoljno dana	179	162	84%	74%
previše dana	22	25	10%	11%
Ukupno	212	219	100%	100%
Ima li ispitanik ekonomske koristi od manifestacije:				
da	11	7	5,2%	3,2%
ne	201	212	94,8%	96,8%
ukupno	212	219	100%	100%
Vrsta ekonomske koristi:				
radim na manifestaciji	4	5		
iznajmljujem smještajni objekt	3	-		
izlažem proizvode	3	-		

ostalo	1	2		
Ukupno	11	7		
Trebaju li se slične manifest. održavati više puta godišnje:				
da	130	140	61%	64%
ne	82	79	39%	36%
Ukupno	212	219	100%	100%

U vezi karakteristika pojedinih manifestacija postoje vrlo slična mišljenja anketiranih posjetitelja kao što je to bilo kod općih karakteristika samih posjetitelja. Manje razlike uočljive su kod usporedbe postotaka što su navedeni u posljednje dvije kolone te tablice. Najveći interes je za koncertima, kako u Varaždinu tako i u Čakovcu budući da je njih 75% posjetitelja istaknulo kao najinteresantnije. Potom slijedi interes za vinskim gradom pa za ponudom jela i pića. Kada se uspoređuje interes u gradovima za pojedinom vrstom ponude tada se uočava veći interes kod varaždinaca za kazališne predstave, za ulične nastupe i za vinski grad. Kod stanovnika grada Čakovca je veći interes za izlagače, te za ponudom jela i pića. Najveći broj ispitanika je naveo po tri najinteresantnije ponude (mod je 3) i to 28% Varaždinaca i 26% Čakovčana. Broj najinteresantnijih ponuda varira između 1 i 8 kako je to navedeno u tablici 16.

Tablica 16: Broj ponuda koje su ispitanici naveli kao najinteresantnije

Broj naj-interessant . ponuda	Broj ispit.na Španc.	Broj ispit.na Porcij.	Ukupa n broj ispitan.
1	43	45	88
2	36	47	83
3	59	58	117
4	38	43	81
5	23	14	37
6	6	7	13
7	6	5	11
8	1	-	1
Ukupno	212	219	431

U tablici pod rednim brojem 16 vidljivo je kako je najveći broj ispitanika za obje manifestacije označio tri ponude najinteresantijim, dok je približno podjednak broj ispitanika označilo najinteresantijim jednu ili dvije ponude. Samo jedan ispitanik s područja grada Varaždina je označio svih osam ponuđenih odgovora.

Tablica 17: Analiza percepcije ispitanika o pozitivnim utjecajima manifestacija

Vrsta pozitivnog utjecaja	Ocjena utjecaja*					
	1	2	3	4	5	Uk.
ŠPANCIRFEST:						
1. Obogaćivanje turističke ponude	44	23	42	58	45	212
2. Dolazak više kupaca i povećana potrošnja u centru grada	56	30	44	41	41	212
3. Veća ponuda lokacija gdje obitelji mogu kval.provesti vrijeme skupa	25	24	39	74	50	212
4. Veća ponuda lokacija na kojima se lokalni stanovnici mogu zabavlj.	22	23	34	80	53	212
5. Veća gastronomska ponuda na području grada	22	28	42	69	51	212
6. Veća ponuda lokacija na kojima se stanovn.mogu upoznati i družiti	25	20	42	72	53	212
7. Veća ponuda zabavnog sadržaja na području grada	22	18	27	69	76	212
PORCIJUNKULOVO:						
1. Obogaćivanje turističke ponude	36	40	50	51	42	219
2. Dolazak više kupaca i povećana potrošnja u centru grada	56	29	41	46	47	219
3. Veća ponuda lokacija gdje obitelji mogu kval.provesti vrijeme skupa	22	22	41	55	49	219
4. Veća ponuda lokacija na kojima se lokalni stanovnici mogu zabavlj.	19	17	32	82	69	219
5. Veća gastronomska ponuda na području grada	25	22	39	73	60	219
6. Veća ponuda lokacija na kojima se stanovn.mogu upoznati i družiti	16	20	42	84	57	219
7. Veća ponuda zabavnog sadržaja na području grada	17	13	31	73	85	219

Napomena: * Utjecaj je izražen sljedećim kodovima: 1 ne utječu uopće, 2 ne utječu značajno, 3 niti utječu niti ne utječu. 4 utječu, 5 utječu značajno. U svakom retku tablice deblje je otisnuta najveća frekvencija.

U tablici pod rednim brojem 17 prikazano je kako na ispitanike utječu pozitivni utjecaji manifestacija. U nastavku je prikazana tablica pod brojem 18 sa negativnim učincima.

Tablica 18: Analiza percepcije ispitanika o negativnim utjecajima manifestacija

Vrsta negativnog utjecaja	Ocjena utjecaja*					
	1	2	3	4	5	Uk.
ŠPANCIRFEST:						
1. Gužve na središnjem trgu	39	57	45	40	31	212
2. Gužve na pločnicima i pješačkim trakama u tom područ.	34	57	39	47	35	212
3. Stvaranje prometnih gužva	23	45	30	63	51	212
4. Gužve u trgovinama i restoranima	26	53	63	42	28	212
5. Povećana količina smeća	22	51	43	47	49	212
6. Vandalizam	31	49	58	44	30	212
7. Negativan utjecaj na okoliš	33	49	60	47	33	212
8. Veća buka	39	40	44	56	33	212

9. Povećan kriminalitet	48	50	56	30	28	212
PORCIJUNKULOVO:						
1. Gužve na središnjem trgu	40	47	47	59	26	219
2. Gužve na pločnicima i pješačkim trakama u tom području.	39	49	40	68	23	219
3. Stvaranje prometnih gužva	27	47	31	78	36	219
4. Gužve u trgovinama i restoranima	41	55	52	54	17	219
5. Povećana količina smeća	24	41	39	67	48	219
6. Vandalizam	27	44	53	54	41	219
7. Negativan utjecaj na okoliš	27	41	57	61	33	219
8. Veća buka	47	43	53	41	35	219
9. Povećan kriminalitet	39	42	54	55	29	219

Napomena: Ljestvica kojom se mjerio utjecaj forminara je na sljedeći način:

- 1 Ne utječu uopće
- 2 Ne utječu značajno
- 3 Niti utječu niti ne utječu
- 4 Utječu
- 5 Utječu značajno

U svakom retku tabele deblje je otisnuta najveća frekvencija.

Kako bi se jasnije uočilo manje ili veće prihvaćanje neke tvrdnje o pozitivnom odnosno negativnom utjecaju manifestacija to su u tablici 19 izračunate prosječne ocjene utjecaja (na dvije decimale) za svaku manifestaciju posebno. Izračunate prosječne ocjene pozitivnih i negativnih utjecaja pojedinih manifestacija prikazane su i na grafikonu 1 radi usporedbe pomoću dvostrukih vodoravnih stupaca.

Tablica 19: Anketirani posjetitelji prema pozitivnim i negativnim učincima manifestacije

Vrsta pozitivnog utjecaja odnosno vrsta negativnog utjecaja	Prosječna vrijednost		
	Španc	Porcij.	Zajed.
1. Obogaćivanje turističke ponude	3,17	3,11	3,14
2. Dolazak više kupaca i povećana potrošnja u centru grada	2,91	3,00	2,95
3. Veća ponuda lokacija gdje obitelji mogu kval.provesti vrijeme	3,47	3,53	3,50
4. Veća ponuda lokacija na kojima se stanovnici mogu zabavljati	3,56	3,75	3,66
5. Veća gastronomska ponuda na području grada	3,47	3,55	3,51
6. Veća ponuda lokacija na kojima se stan.mogu upoznati i družiti	3,51	3,67	3,59
7. Veća ponuda zabavnog sadržaja na području grada	3,75	3,89	3,82
Ukupno	3,41	3,50	3,45
1. Gužve na središnjem trgu	2,84	2,93	2,89
2. Gužve na pločnicima i pješačkim trakama u tom području	2,96	2,94	2,95
3. Stvaranje prometnih gužva	3,35	3,22	3,29
4. Gužve u trgovinama i restoranima	2,97	2,78	2,87
5. Povećana količina smeća	3,24	3,34	3,29
6. Vandalizam	2,97	3,17	3,07
7. Negativan utjecaj na okoliš	3,08	3,15	3,12

8. Veća buka	3,02	2,88	2,95
9. Povećan kriminalitet	2,72	2,97	2,84
Ukupno	3,02	3,04	3,03

Iz tablice 18 i iz grafikona 2 mogu se uočiti sljedeće pravilnosti:

1. Opće ocjene pozitivnih utjecaja manifestacija su relativno dobre, iznad 3 za obje manifestacije. Nešto je niža opća ocjena za Špancirfest u odnosu na Porcijunkulovo ($3,41 < 3,50$).
2. Opće ocjene negativnih utjecaja manifestacija su vrlo malo iznad 3 za obje manifestacije. Te opće negativne ocjene niže su od općih pozitivnih ocjena. I ovdje je nešto niža opća ocjena za Špancirfest u odnosu na Porcijunkulovo ($3,02 < 3,04$).
3. Ocjene za pojedine pozitivne utjecaje su više od ocjena pojedinih negativnih utjecaja kako kod Špancirfesta tako i kod Porcijunkulova.
4. Najniža pozitivna ocjena kod Špancirfesta je za dolazak više kupaca i povećanu potrošnju u centru grada dok je kod Porcijunkulova najniža pozitivna ocjena također za istu komponentu utjecaja (2,91 i 3,00).
5. Najviša pozitivna ocjena je za veću ponudu zabavnog sadržaja na području grada, kako kod Špancirfesta tako i kod Porcijunkulova (3,75 i 3,89).
6. Najniža negativna ocjena kod Špancirfesta je za povećani kriminalitet (2,72) dok je kod Porcijunkulova najniža negativna ocjena za povećane gužve u trgovinama (2,78).
7. Najviša negativna ocjena kod Špancirfesta je za stvaranje prometnih gužvi (3,35) dok je kod Porcijunkulova najviša negativna ocjena za povećanu količinu smeća (3,34).

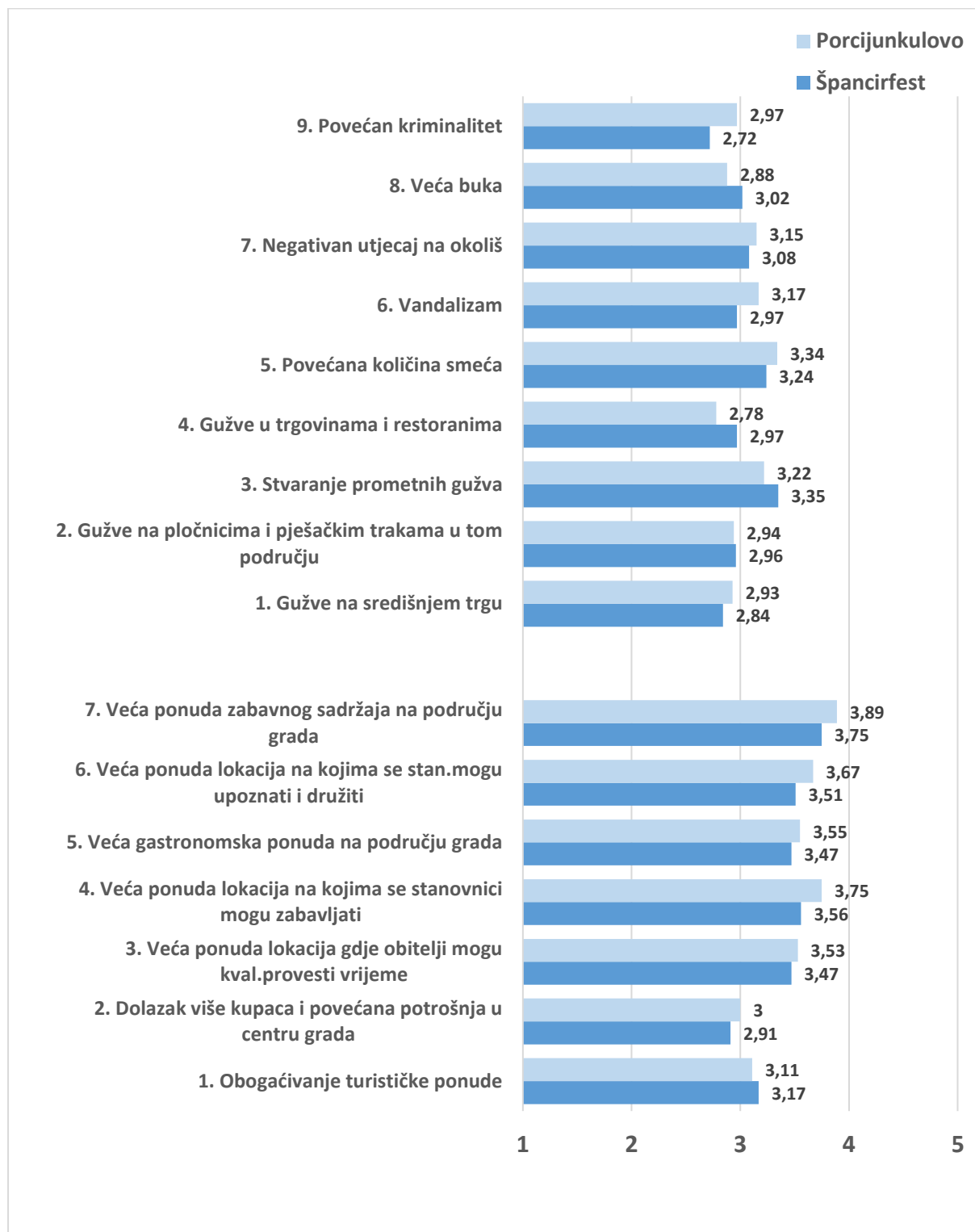
Kada se ocjene učinaka manifestacija raščlane po ispitanicima tada se dobivaju dvije distribucije frekvencija:

jedna distribucija ocjena pozitivnih učinaka manifestacije i

druga distribucija ocjena negativnih učinaka manifestacije.

Kada analiziramo te dvije distribucije pomoću deskriptivnih pokazatelja tada dobivamo srednje vrijednosti i mjere disperzije što su navedeni u tablici 20.

Grafički prikaz 2: Prosječne ocjene pozitivnih i negativnih učinaka pojedinih manifestacija grafički prikazane pomoću dvostrukih vodoravnih stupaca

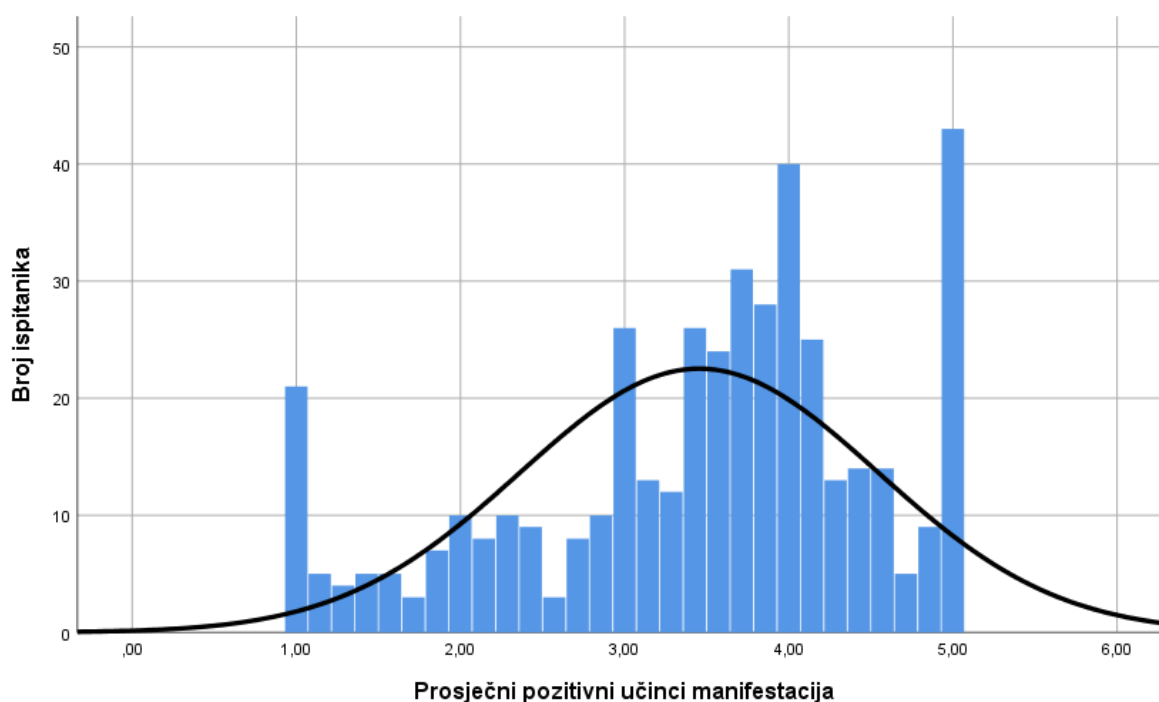


Tablica 20: Deskriptivni pokazatelji za ocjene pozitivnih odnosno negativnih učinaka manifestacija ukupno (n = 431) i za svaku manifestaciju posebno (n₁=212 i n₂=219)

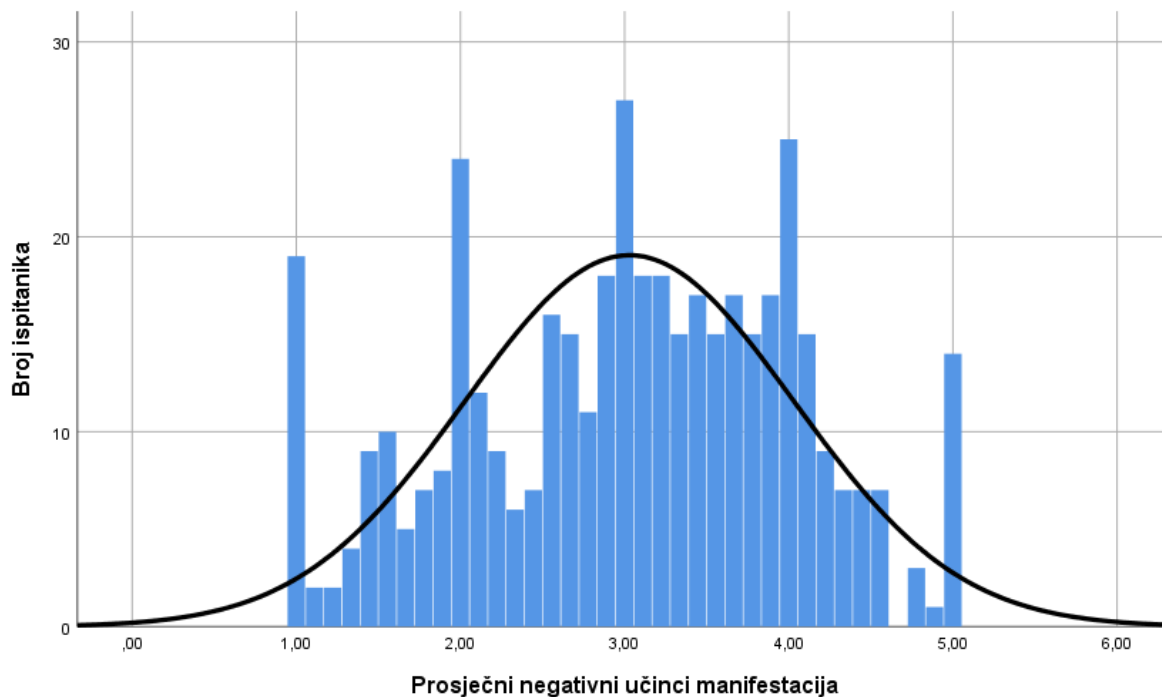
Vrijednost	za obje manifestacije		za Špancirfest		za Porcijunkulovo	
	ocjene pozitivnih učinaka	ocjene negativnih učinaka	ocjene pozitiv. učinaka	ocjene negativ. učinaka	ocjene pozitiv. učinaka	ocjene negativ. Učinaka
prosječna	3,45	3,03	3,41	3,02	3,50	3,04
medijalna	3,71	3,11	3,04	3,00	3,71	3,22
modalna	5,00	3,00	4,00	2,00	5,00	3,00
standardna devijacija	1,091	1,003	1,126	1,024	1,056	0,984
koeficijent varijacije	32%	33%	33%	34%	30%	32%

Na grafičkom prikazu 3 i 4 prikazane su prethodno navedene distribucije frekvencija pomoću histograma u koji je ucrtana normalna krivulja.

Grafički prikaz 3: Grafički prikaz pozitivnih ocjena utjecaja Špancirfesta i Porcijunkulova kod pojedinih ispitanika pomoću histograma u koji je ucrtana normalna krivulja



Grafički prikaz 4: Grafički prikaz negativnih ocjena utjecaja Špancirfesta i Porcijunkulova kod pojedinih ispitanika pomoću histograma u koji je ucrtana normalna krivulja



Distribucije pozitivnih odnosno negativnih učinaka pojedinih manifestacija također pokazuju sličnosti. Blago su asimetrične sa vrlo visokim frekvencijama na početku distribucije (kod 1,00) i na kraju distribucija (kod 5,00), osobito kod Špancirfesta. Disperzija ocjena učinaka je svagdje umjerena (koeficijenti varijacije su između 30 i 34%). Obje distribucije (pozitivnih odnosno negativnih učinaka za obje manifestacije) nisu slične normalnoj distribuciji (grafikoni 3 i 4). To onda znači da kod inferencijalne statističke analize dolaze u obzir samo neparametrijske metode analize.

4.2.2. Inferencijalna statistička analiza

Ovu skupinu analiza sačinjavaju neparametrijski testovi kojima je svrha utvrditi postoje li statistički značajne razlike u značaju manifestacija (pozitivnom odnosno negativnom) s obzirom na nezavisne varijable (spol, dob, obrazovanje, poslovni status i dr.). Naime, procjene su u velikom dijelu upitnika ispitanici trebali dati s obzirom na manji ili veći značaj koje te manifestacije imaju za njih. Razlika se ne smatra statistički značajnom ukoliko je $p > 0,05$ dok se može smatrati statistički značajnom ako je $p < 0,05$. Ukoliko nezavisna varijabla ima dvije kategorije (npr. spol) koristi se Mann-Whitneyev U test, a ukoliko ima tri ili više kategorija (npr. poslovni status) koristi se Kruskal-Wallisov H test. Oba testa koriste medijalne vrijednosti, a ne aritmetičke sredine jer one nisu reprezentativne srednje vrijednosti kod

distribucija koje ne sliče normalnoj distribuciji. Ovdje je izveden velik broj U i H testova, a dobiveni rezultati iskazani su u tablici 21 za pozitivni značaj, a u tablici 22 za negativni značaj. Za zavisne varijable korištene su medijalne vrijednosti ocjena svih pozitivnih ulinaka, odnosno negativnih učinaka što je prikazano u tablici broj 20. Ispod tablica nalazi se interpretacija dobivenih rezultata.

Tablica 21: Rezultati usporedbe medijana za pozitivni značaj manifestacija pomoću Mann-Whitneyevog U testa i Kruskal-Wallisovog H testa

	Testna kategorijalna (nezavisna) varijabla	VM ¹⁾	Podskup ispitanika	Broj ispit.	Sredine rangova	P ²⁾
1.	Područje prebivališta u gradu	Š	sa manifestacijom	35	98,57	0,402
			bez manifestacije	177	108,07	
2.	Područje prebivališta u gradu	P	sa manifestacijom	52	114,06	0,596
			bez manifestacije	167	108,74	
3.	Dužina prebivanja	Š	manje od 3 godine	25	125,14	0,105
			više od 3 g	187	104,01	
4.	Dužina prebivanja	P	manje od 3 godine	26	121,27	0,133
			više od 3 g	193	108,48	
5.	Spol	Š	muški	36	107,47	0,874
			ženski	175	105,70	
6.	Spol	P	muški	59	108,24	0,857
			ženski	159	109,97	
7.	Dob	Š	18-30 g.	100	106,57	0,879
			31-45 g.	50	107,12	
			46-60 g.	44	101,83	
			61 i više g.	18	115,81	
8.	Dob	P	18-30 g.	103	120,41	0,132
			31-45 g.	70	102,93	
			46-60 g.	40	96,15	
			61 i više g.	6	109,08	
9.	Obrazovanje	Š	srednja škola	89	95,62	0,140
			prijedipl.studij	66	107,53	
			magisterij	53	115,64	
10.	Obrazovanje	P	srednja škola	93	107,10	0,950
			prijedipl.studij	57	107,75	
			magisterij	62	104,45	
11.	Poslovni status	Š	učenik	11	89,91	0,616
			student	22	109,02	
			zaposlen	154	104,67	
			nezaposlen	9	132,78	
			umirovljenik	4	103,86	
12.	Poslovni status	P	učenik	21	108,14	0,805
			student	35	120,96	
			zaposlen	150	107,74	
			nezaposlen	6	90,08	
			umirovljenik	6	105,75	

13.	Zainteresiranost za izlaske	Š	nikad	2	12,25	
			rijetko	16	71,03	
			povremeno	98	104,82	
			često	62	109,40	
			uvijek	34	128,28	0,006**
14.	Zainteresiranost za izlaske	P	nikad	1	43,50	
			rijetko	15	88,23	
			povremeno	86	98,92	
			često	79	113,74	
			uvijek	38	137,64	0,011**
15.	Broj djece	Š	0	114	109,23	
			1 - 2	80	98,71	
			3 - 4	14	99,04	0,457
16.	Broj djece	P	0	119	114,66	
			1 - 2	92	102,48	
			3 - 4	7	114,14	0,372

Napomena: ¹⁾ VM = Vrsta manifestacije: Š = Špancirfest, P = Porcijunkulovo

²⁾ * statistička značajnost do 5%; ** statistička značajnost do 1%; *** statistička značajnost do 0,1%

Zaključuje se sljedeće:

1. Ispitanici različite zainteresiranosti za izlaske (nikad, rijetko, povremeno, često, uvijek) statistički se značajno razlikuju s obzirom na pozitivni značaj koji pridaju kulturnoj manifestaciji kako u gradu Varaždinu ($p = 0,006$) tako i u gradu Čakovcu ($p = 0,011$). Očekivano, oni koji su manje zainteresirani za izlaske pridaju manji značaj tom događaju u odnosu na one koji su češće zainteresirani za izlaske ($12,25 < 71,03 < 104,82 < 109,40 < 128,28$).
2. Kod ostalih demografskih pokazatelja, nema statistički značajnih razlika kod interpretacije rezultata.

Tablica 22: Rezultati usporedbe medijana za negativni značaj manifestacija pomoću Mann-Whitneyevog U testa i Kruskal-Wallisovog H testa

	Testna kategorijalna (nezavisna) varijabla	VM ¹⁾	Podskup ispitanika	Broj ispit.	Sredine rangova	p ²⁾
1.	Područje prebivališta u gradu	Š	sa manifestacijom	35	129,86	
			bez manifestacije	177	101,88	0,014*
2.	Područje prebivališta u gradu	P	sa manifestacijom	52	125,40	
			bez manifestacije	167	105,20	0,045*
3.	Dužina prebivanja	Š	manje od 3 godine	25	131,38	
			više od 3 g	187	103,17	0,031*
4.	Dužina prebivanja	P	manje od 3 godine	26	136,00	
			više od 3 g	193	106,50	0,026*
5.	Spol	Š	muški	36	97,90	
			ženski	175	107,67	0,382
6.	Spol	P	muški	59	106,55	

			ženski	159	110,59	0,674
7.	Dob	Š	18-30 g.	100	107,10	
			31-45 g.	50	117,01	
			46-60 g.	44	103,93	
			61 i više g.	18	80,28	0,183
8.	Dob	P	18-30 g.	103	116,58	
			31-45 g.	70	115,70	
			46-60 g.	40	84,74	
			61 i više g.	6	98,92	0,041*
9.	Obrazovanje	Š	srednja škola	89	104,44	
			prijedipl.studij	66	103,28	
			magisterij	53	106,11	0,968
10.	Obrazovanje	P	srednja škola	93	105,47	
			prijedipl.studij	57	112,40	
			magisterij	62	102,62	0,669
11.	Poslovni status	Š	učenik	11	106,45	
			student	22	101,91	
			zaposlen	154	107,55	
			nezaposlen	9	115,33	
			umirovljenik	4	81,50	0,613
12.	Poslovni status	P	učenik	21	110,05	
			student	35	104,63	
			zaposlen	150	111,11	
			nezaposlen	6	107,08	
			umirovljenik	6	98,25	0,973
13.	Zainteresiranost za izlaske	Š	nikad	2	195,50	
			rijetko	16	108,38	
			povremeno	98	105,95	
			često	62	113,13	
			uvijek	34	89,88	0,113
14.	Zainteresiranost za izlaske	P	nikad	1	105,50	
			rijetko	15	100,93	
			povremeno	86	114,23	
			često	79	115,37	
			uvijek	38	92,97	0,404
15.	Broj djece	Š	0	114	107,91	
			1 - 2	80	101,66	
			3 - 4	14	92,96	0,589
16.	Broj djece	P	0	119	112,23	
			1 - 2	92	109,28	
			3 - 4	7	65,93	0,168

Napomena: ¹⁾ VM = Vrsta manifestacije: Š = Špancirfest, P = Porcijunkulovo

²⁾ * statistička značajnost do 5%; ** statistička značajnost do 1%; *** statistička značajnost do 0,1%

Zaključuje se sljedeće:

1. Ispitanici koji žive na području grada sa manifestacijom pridaju joj veći negativni značaj u odnosu na one koji žive na području grada bez manifestacije (129,86 > 101,88). Ta je

razlika u značaju statistički značajna ($p = 0,014$). Isti zaključak vrijedi i za ispitanike iz Čakovca ($p = 0,045$).

2. Ispitanici koji žive na području grada Varaždina manje od tri godine pridaju joj veći negativni značaj u odnosu na one koji žive na području grada tri ili više godina ($131,38 > 103,17$). Ta je razlika u značaju statistički značajna ($p = 0,031$). Isti zaključak vrijedi i za ispitanike iz Čakovca ($p = 0,026$).
3. Ispitanici različite životne dobi što žive u Čakovcu pridaju statistički značajno različit negativni značaj manifestaciji u svom gradu ($p = 0,041$). Mlađi ispitanici joj pridaju veći značaj u odnosu na starije ispitanike koji joj pridaju manji značaj ($116,58$ i $115,70$ su veći od $84,14$ i $98,92$).

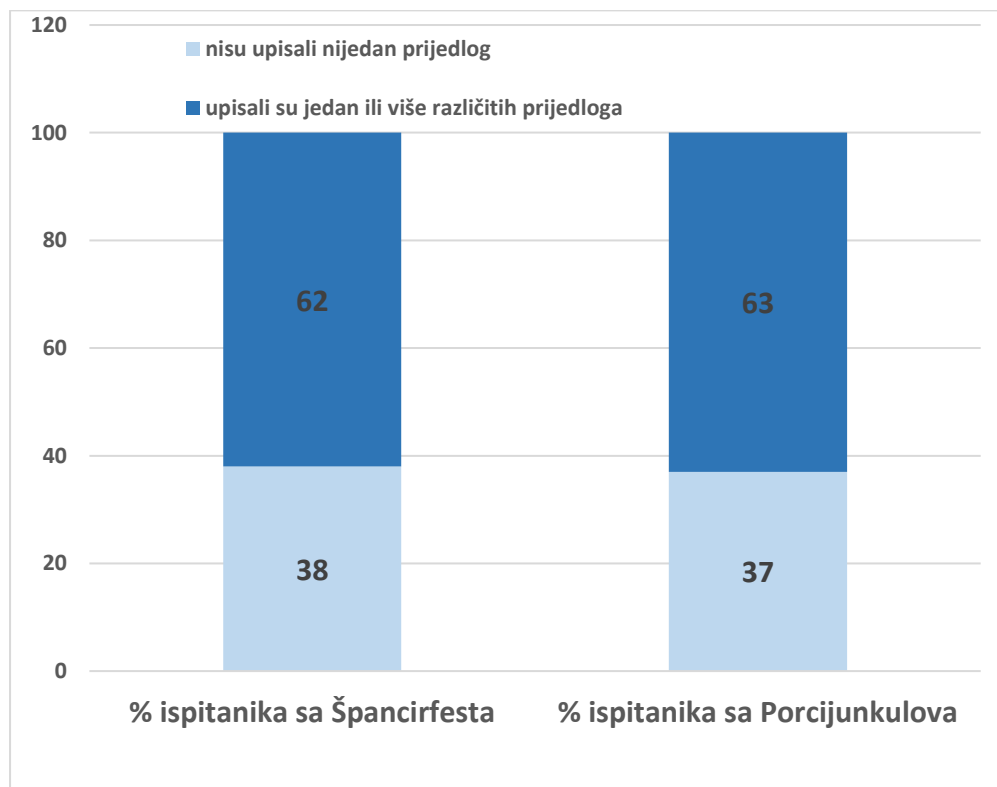
4.2.3. Analiza prikupljenih kvalitativnih podataka

Posljednje pitanje u anketi bilo je da ispitanik napiše prijedloge promjena za koje smatra da bi ojačali utjecaj pozitivnih učinaka te smanjili utjecaj negativnih učinaka. Klasifikacijom dobivenih 360 odgovora od 431 ispitanika na ovo otvoreno pitanje utvrđeno je:

- da 161 ispitanik (njih 37%) nije ništa upisao ili je upisao ne znam, nemam ideju, nisam o tome razmišljao i sl.
- da je 270 ispitanika (njih 63%) upisalo jedan, dva, tri, četiri ili čak pet prijedloga tako da ima ukupno 360 prijedloga.

U cjelini je odaziv zadovoljavajući (2/3 je upisalo prijedlog/e) za obje manifestacije što je i grafički prikazano strukturnim stupcima u grafičkom prikazu 5.

Grafički prikaz 5: Postotak prijedloga dobivenih od anketiranih ispitanika za pojedine manifestacije



Klasifikacija odgovora napravljena je djelomično u skladu s vrstama atraktivnosti na pojedinim manifestacijama kako je to vidljivo iz tablice 23 gdje su primjedbe raščlanjene još i po manifestacijama radi njihove usporedbe. U tablici su navedeni svi prijedlozi ispitanika, a ne samo najbrojniji.

Tablica 23: Broj prijedloga ispitanika na pojedinim manifestacijama (n = 360 prijedloga):

Šifra i opis prijedloga	Manifestacija		
	Španc	Porcij.	Ukupno
02. Sve je super, ne treba ništa mjenjati	12	9	21
1. OPĆE PRIMJEDBE			
10. Više uličnih zabavljača sa atrakcijama	1	1	2
11. Poboljšati organizaciju	4	6	10
12. Dislocirati događanja	5	3	8
13. Produžiti trajanje manifestacije	2	2	4
14. Više edukativnih sadržaja za sve generacije	3	1	4
15. Anketirati posjetitelje radi primjedbi	2	1	3
16. Skratiti trajanje	6	7	13
17. Uvesti neke novitete (npr.vatromet)	7	5	12
18. Pojačati promociju festivala	1	1	2
19. Što je više ljudi na jednom mj.to je jasno da je više problema	1	-	1
191.Poboljšati ponudu za mlade (npr.radionice)	1	2	3
192.Više takvih manifestacija u toku godine	7	1	8

193.Osigurati pristup lokacijama za osobe s invaliditetom	1	-	1
194.Grupirati atrakcije	-	2	2
195.Rasteretiti centar grada	6	7	13
196.Proširiti lokacije za manifestacije	1	4	5
2. ORGANIZACIJA PROMETA I PARKIRANJA			
20. Bolja organizacija i regulacija prometa i parkiranja	4	3	7
21. Ograničenje prometa za goste	2	3	5
22. Bolja signalizacija	1	-	1
23. Dislocirati parking	6	2	8
24. Bolji javni prijevoz	3	2	5
25. Više parkirnih mjesta i besplatno parkiranje	22	7	29
26. Zabraniti parkiranje u centru grada	1	-	1
3. KONCERTI I PREDSTAVE			
30. Bolja lokacija za koncerte	1	6	7
31. Bolji izbor koncerata i kazališnih predstava	8	13	21
32. Više inozemnih glazbenih izvođača	1	1	2
33. Više urbane glazbe, manje sajmenе	-	3	3
34. Bučne sadržaje dozvoliti do 23 sata	2	3	5
35. Zabraniti muziku na svakom štandu (kakofonija)	-	1	1
36. Više glazbenih sadržaja za starije	1	1	2
37. Manje koncerata zabavnjaka i cajki	-	3	3
38. Bolje vremenski rasporediti zanimljiva događanja	1	-	1
39. Kvalitetniji izvođači	3	1	4
391.Smanjiti razinu buke	1	1	2
393.Više uličnih svirača	-	2	2
4. EKOLOGIJA			
41. Više kanti i kontejnera	6	8	14
42. Češće prazniti kante i kontejnere	2	3	5
43. Više ekološki prihvatljivih materijala (hrana, promotivni mater.)	4	1	5
5. GASTRONOMSKA PONUDA			
51. Bolja gastronomska ponuda	5	6	11
52. Niže (realnije) cijene	5	8	13
54. Isključiti strane ugostitelje	1	1	2
55. Smanjiti broj lokacija gdje se samo toči alkohol	1	-	1
56. Vinski grad treba biti veći	2	-	2
57. Smanjiti gužve kupaca boljom organizacijom	1	1	2
58. Povećati smještajne kapacitete za goste	1	-	1
6. OPĆA SIGURNOST			
61. Bolji nadzor i kontrole (npr.angažiranjem volontera)	9	14	23
62. Više gradskih redara, komunalaca, zaštitara, policajaca	15	18	33
63. Kažnjavati prekršitelje	4	7	11
64. Pojačati rasvjetu i postaviti kamere	-	2	2
7. IZLAGAČI			
53. Više mogućnosti izlaganja lokalnim proizvođačima	1	-	1
71. Bolji uvjeti za izlagače	1	-	1
72. Rasteretiti centar grada	-	3	3
73. Ograničiti broj štandova sa kineskom robom	-	1	1

74. Poboljšati razmjestaj štandova	-	2	2
75. Smanjiti cijene izlagačima	-	1	1
76. Veća raznolikost izlagača	1	1	2
8. DJEČJI PROGRAMI			
81. Manje kića	1	-	1
82. Više sadržaja za djecu	1	-	1
83. Djecu uključiti u igre	1	-	1
S v e u k u p n o			360

Ovako velik broj raznovrsnih prijedloga (svih koje su ispitanici naveli) moguće je preglednije prikazati po skupinama što su navedene u tablici 24.

Tablica 24: Pregled broja prijedloga ispitanika po skupinama i po manifestacijama (n = 360)

Skupina prijedloga	Manifestacija			%
	Španc	Porcij.	Svega	
Sve je super, ne treba ništa mjenjati	12	9	21	6
Opće primjedbe	47	44	91	25
Organizacija prometa i parkiranja	39	17	56	16
Koncerti i predstave	18	35	53	15
Ekologija	12	12	24	7
Gastronomska ponuda	16	16	32	9
Opća sigurnost	28	41	69	19
Izlagači	3	8	11	3
Dječji programi	3	-	3	1
U k u p n o	178	182	360	100

Dakle, najbrojnije su opće primjedbe (organizacija, trajanje, potreba za uvođenjem noviteta, rasteretiti centar grada i druge). Potom slijede primjedbe na opću sigurnost, organizaciju prometa i parkiranja, te na koncerte. U tom smislu treba nastojati uvesti poboljšanja osobito u tim segmentima. Ponovno se uočava sličnost između ovih dviju manifestacija s obzirom da su dobile sličan broj primjedaba. Primjetna razlika je kod organizacije prometa i parkiranja gdje je više prijedloga kod Špancirfesta. Kod Porcijunkulova pak je primjetno više prijedloga kod koncerata i kod opće sigurnosti.

4.3. Interpretacija dobivenih rezultata

Nakon provedenog anketnog istraživanja dobiveni su rezultati s kojima se pokušava odgovoriti na pitanje “Kako stanovnici gradova u kojima se održavaju manifestacije percipiraju njihove pozitivne i negativne učinke?”. Na anketni upitnik se ukupno odazvalo 431 osoba, od kojih je 212 iz područja grada Varaždina i 219 iz područja grada Čakovca. Što se tiče općih podataka stanovnika, po pitanju spola prevladava ženski spol sa ukupnih 77%, po pitanju područja prebivališta u gradu, u oba grada prevladava područje grada u kojem se ne održava manifestacija, te 88% stanovnika u oba grada živi na području grada 3 ili više godina. Najveći postotak stanovništva ima između 18 i 30 godina, njih 47% u oba grada, te je najmanji postotak odgovora dobiven od strane stanovnika starijih od 61 godinu, 8% na području grada Varaždina i 3% na području grada Čakovca.

Stanovnici grada Čakovca i Varaždina su pokazali zainteresiranost za izlaske, te su kao najinteresarnijim sadržajem na obje manifestacije odabrali koncerte što je bio i očekivan odgovor s obzirom na posjećenost koncerata svake godine na obje manifestacije. Stanovnici oba grada smatraju da bi se slične manifestacije trebale održati više puta godišnje, što je s obzirom na ekonomske i društvene koristi koje održavanje sličnih manifestacija nosi sa sobom. Kod sagledavanja pozitivnih i negativnih učinaka, najznačajniji pozitivan utjecaj na lokalno stanovništvo ima veća ponuda zabavnog sadržaja na području grada, te je iz navedenog vidljivo da na području oba grada izvan održavanja manifestacije nedostaje ponuda zabavnog sadržaja kao i ponuda lokacija na kojima se lokalni stanovnici mogu zabavljati. Iz navedenog se može zaključiti kako postoji potreba za zabavnim sadržajem na području oba grada izvan trajanja manifestacija. Najviše ispitanika na području grada Varaždina smatra kako na njih najveći negativan utjecaj ima stvaranje prometnih gužva, dok u Čakovcu značajan negativan utjecaj ima povećana količina smeća. S obzirom na prethodne godine kada su se manifestacije održavale i komentare koji su stanovnici upućivali organizatorima putem društvenih mreža, navedeni rezultati su očekivani, te bi se na oba negativna učinka trebalo poraditi kako nebi stvarali daljnje probleme lokalnom stanovništvu u budućnosti. Važno je bilo ispitati postoji li poveznica kada su u pitanju opći podaci stanovnika kao što su spol, dob, obrazovanje i ostalo na to kako percipiraju pozitivne i negativne učinke manifestacija. Kada su u pitanju pozitivni učinci, uočena je razlika između stanovnika s obzirom na njihovu zainteresiranost za izlaske na način da stanovnici koji su na to pitanje odgovorili nikad ili rijetko daju manji značaj manifestacijama u odnosu na stanovnike koji su češće zainteresirani za izlaske. Od negativnih učinaka najviša razlika u pridavanju značaja istima je vidljiva kod stanovnika koji žive na

području grada u kojem se održava manifestacija naspram onih koji žive izvan dijela grada u kojem se održava manifestacija, te kod stanovnika koji žive u gradu manje od tri godine i onih koji žive na području grada 3 ili više godina. Stanovnici koji žive na području grada u kojem se održava manifestacija pridaju manifestaciji veći negativni značaj u odnosu na one koji ne žive na tom području grada, te je ovakav rezultat očekivan s obzirom da su oni suočeni s problemima koji nastaju tijekom održavanja manifestacija svakodnevno za vrijeme održavanja radi mjesta stanovanja. Neočekivano je da stanovnici koji žive na području grada manje od 3 godine pridaju manifestaciji veći negativni značaj od onih koji žive na području grada tri ili više godina, a to se može prepisati tome da stanovnici koji duže žive na području grada radi kulture i tradicije održavanja manifestacije i svega što manifestacija nudi, lakše prebrode negativne učinke i ne obziraju se toliko na njih kao netko noviji u gradu. Kada su u pitanju ostale podijele ispitanika kao što su prema stupnju obrazovanja, broja djece i ostalo nisu uočene značajne razlike u pridavanju značaja negativnih učinaka. Ukupno je prikupljeno 360 prijedloga za poboljšanje manifestacija čime je pokazana zainteresiranost ispitanika za istraživanje i poboljšanje kvalitete manifestacija. U skladu s prethodnim negativnim učincima, najčešći prijedlog stanovnika grada Varaždina je bio u vezi parkinga što je bilo očekivano, ali osim toga prijedlozi su bili i u vezi organizacije boljih koncerata i kazališnih predstava što je moguće ponovno nadovezati na zainteresiranost za zabavne sadržaje. Stanovnici grada Čakovca su predlagali da se sama manifestacija proširi na ostale dijelove grada, te da se time rastereti centar grada. Turističke zajednice bi navedene prijedloge mogle iskoristiti za daljnju organizaciju manifestacija, tako da detaljno razmotre prijedloge, pogotovo one koji se najviše ponavljaju, i implementiraju ih na način da poboljšaju sveukupni dojam posjetitelja. S obzirom na velik broj napisanih prijedloga, nije moguće implementirati sve, te je važno odrediti prioritete za daljnju organizaciju i zadovoljstvo lokalne zajednice i posjetitelja.

Tijekom pronalaska literature nisu pronađena slična provedena istraživanja za grad Čakovec i Porcijunkulovo, ali je pronađeno istraživanje koje je provela studentica Ema Zavrtnik za završni rad na temu "Grad Varaždin: Utjecaj Špancirfesta na lokalnu zajednicu". Istraživanje je provedeno kroz intervjue provedene s Brankom Trop, Jelenom Toth i 8 anonimnih sugovornika koji su imenovani inicijalima. Od 8 ispitanika, njih troje živi na području stare gradske jezgre gdje se održava Špancirfest, dok su ostali stanovnici iz šireg centra grada. Ispitanici su se složili kako je grad i stanovnici imaju velike koristi od same manifestacije, ali su istaknuli negativne učinke koje manifestacija donosi kao što su buka u povijesnoj jezgri grada i neredi na ulicama grada. Bez obzira na negativne učinke, iz istraživanja je donesen

zaključak kako su stanovnici više zadovoljni nego nezadovoljni manifestacijom s obzirom na pozitivan utjecaj koji donosi gradu Varaždinu i stanovnicima.

Istraživanja su provedena na dva različita načina te i jedan i drugi način imaju svoje prednosti i nedostatke. Istraživanje putem intervjua može biti korisno kako bi se detaljnije ispitalo mišljenje i stav ispitanika, te daje mogućnost personaliziranog pristupa svakom ispitaniku i dobivanje kvalitetnijih odgovora, dok je anketnim upitnikom moguće prikupiti veći broj ispitanika i time dobiti općenitije mišljenje lokalne zajednice o navedenoj temi. S obzirom da je prikupljeno ukupno 212 ispunjenih anketnih upitnika za grad Varaždin i njih 219 za grad Čakovec, moguće je vidjeti mišljenje većeg broja ljudi i time dobiti sliku o tome što lokalno stanovništvo misli o manifestacijama koje se održavaju u njihovom gradu. Kroz proveden intervju dostupan je manji uzorak, te je teže doći do zaključka kako održavanje manifestacije utječe na lokalnu zajednicu na temelju ukupno 8 ispitanika.

Postoje mnogi nedostaci provedenog istraživanja anketnim upitnicima, te je jedan od njih relativno kratak rok prikupljanja ispitanika. Anketa se provodila ukupno 2 mjeseca, od veljače do travnja, te je to razdoblje kada se u gradovima ne održavaju manifestacije. Odgovori lokalnog stanovništva možda bi bili drugačiji da se istraživanje provelo za vrijeme trajanja manifestacija ili brzo nakon održavanja manifestacija. Jedan od nedostataka je i način provođenja anketnog upitnika što je bilo putem internetskih google obrazaca, te je na taj način teže doći do stanovnika starije životne dobi. Ovaj nedostatak bi se mogao riješiti tako da su se u gradovima dijelili anketni upitnici u papirnatom obliku, te da su se nakon toga rezultati upisivali računalnim putem kako bi se mogla izvršiti statistička analiza.

Za buduća istraživanja se predlaže da se pokuša privući za ispunjavanje anketnog upitnika stanovništvo starije životne dobi, te više stanovnika koji žive na području grada u kojem se održava manifestacija. Također se preporuča provesti istraživanje u dužem vremenskom roku, te za vrijeme održavanja manifestacije ili ubrzo nakon održavanja manifestacije kada je lokalno stanovništvo pod utjecajem manifestacija i dojmovi su svježiji. Time bi se možda prikupila realnija razmišljanja stanovništva.

Zaključak

Turisti u 21. stoljeću očekuju raznovrsnu turističku ponudu, te im nije dovoljno samo sunce i more kako bi zadovoljili svoje turističke potrebe. Iz tog razloga, sve češći način dovođenja turista u turističku destinaciju izvan sezone su organizacija raznovrsnih manifestacija, te su se u više navrata kulturne manifestacije istaknule na način da privlače značajan broj turista. Kulturne manifestacije koje se održavaju na nekom urbanom području imaju jaku poveznicu s lokalnom zajednicom pošto su okruženi manifestacijom za vrijeme njenog trajanja. Dokazano je da kulturne manifestacije mogu imati pozitivne učinke na lokalnu zajednicu kao što su ekonomske, društvene, socijalne i ostale koristi, ali isto tako mogu imati i negativne učinke na neku lokalnu zajednicu. Važno je koncentrirati se na pozitivne učinke, ali i minimizirati negativne učinke kako bi lokalno stanovništvo poduprijelo razvoj manifestacija. Hrvatska je država u kojoj je turizam pretežito koncentriran na primorski dio, te kontinentalni dio, ne uzimajući u obzir grad Zagreb, često ostaje zaboravljen bez obzira na prirodne ljepote i kulturne povijesne spomenike koje nudi.

Gradovi Varaždin i Čakovec nalaze se na samom sjeveru Hrvatske, te su geografski dobro pozicionirani radi blizine Slovenskih i Mađarskih granica. U turističkoj ponudi oba grada ističu se manifestacije Špancirfest u Varaždinu i Porcijunkulovo u Čakovcu koje se održavaju u ljetnim mjesecima. Svake godine privlače velik broj posjetitelja u središta grada, te sa sobom nose mnogo pozitivnih, ali i negativnih učinaka. S obzirom da se obje manifestacije održavaju u središtu gradova, važno je ispitati kakav utjecaj imaju na lokalnu zajednicu koja okružuje navedeni prostor. Napravljena je detaljna analiza manifestacija kroz kvantitativne, kvalitativne i financijske analize. Analize su provedene kako bi se dobio dojam o utjecaju manifestacije na turizam gradova i postoji li financijska korist od održavanja manifestacija, te je ustanovljeno da je Turistička zajednica grada Varaždina većinu godina ostvarila dobit, a Turistička zajednica grada Čakovca svake godine ostvari jednak prihod kao i trošak, te nema financijske koristi od održavanja manifestacije. Obje manifestacije su važne za promicanje kulture i tradicije gradova, te za daljnji razvoj turizma.

Provedeno je istraživanje kako održavanje manifestacija utječe na lokalnu zajednicu kroz dva identična anketna upitnika, jedan je obuhvaćao stanovnike grada Varaždina i Špancirfest, a drugi stanovnike grada Čakovca i Porcijunkulovo. Odazvalo se 431 ispitanika, od kojih je 212 iz grada Varaždina i 219 iz grada Čakovca. Nakon izvršene statističke analize, rezultati su za oba grada relativno slični. Prosječna ocjena za pozitivne učinke je u oba grada viša od prosječne ocjene za negativne učinke što je dobro jer pokazuje da bez obzira na negativne

učinke, prevladavaju pozitivni. Negativni učinak s najvišom ocjenom za grad Varaždin je stvaranje prometnih gužvi, a za grad Čakovec povećana količina smeća. Na posljednjem pitanju anketnih upitnika su ispitanici mogli dati svoj prijedlog kako bi se povećao utjecaj pozitivnih i smanjio utjecaj negativnih učinaka, te je ukupno prikupljeno 360 prijedloga koji se mogu implementirati na organizaciju manifestacija u budućnosti.

Može se zaključiti kako negativni učinci imaju svoj utjecaj na lokalne zajednice, ali da se pozitivni učinci više ističu, te ne postoji značajna razlika u tome kako ih percipiraju stanovnici grada Varaždina u usporedbi sa stanovnicima grada Čakovca. Prema saznanju autorice ovo je prvo usporedno istraživanje percepcije lokalnih stanovnika o manifestacijama Špancirfest i Porcijunkulovo, te otvara značajne mogućnosti za daljnju implementaciju, kao i nadopunjavanje novim varijablama i davanje rezultata na uvid organizatorima manifestacija u svrhu doprinosa stvaranju dugoročno prepoznatih i održivih događaja.

Bibliografija

Knjige

Kelemen, Petra, i Nevena Škrbić Alempijević. „Grad kakav bi trebao biti: etnološki i kulturnoantropološki osvrti na festivale“ Naklada Jesenski i Turk; Zagreb; 2012.

Stewart Jepson, Allan, i Alan Clarke Alan. “Exploring community festivals and events” Routledge; 2015.

Stipanović, Christian, “Konceptija i strategija razvoja u turizmu: sustav i poslovna politika” Fakultet za turistički i hotelski menadžment; Opatija; 2006.

Turizam i ekonomske osnove; Skupina autora; Školska knjiga; Zagreb; 2011.

Znanstveni članci

Baljkas, Ella, i Krešimir Dabo. *Uloga stavova lokalnog stanovništva o zagrebačkom adventu kao dio imidža destinacije*; International journal of multidisciplinary in business and science; Vol. 7; No.11; 2020.

d'Angella, Francesca, Martha Friel, i Angelo Miglietta Ruggero Sainaghi. *Cultural events for a sustainable tourism development in urban destinations: the case of Milan's week*, 2021.

Pavia, Nadia, Edna Mrnjavac, i Tamara Floričić. *Events in the tourist destination and their impact on competitiveness and positioning*; ResearchGate; 2020.

Rogers Phil, i Anastasiadou Constantia; *Community involvement in festivals: exploring ways of increasing local participation*; Even Management; Vol. 15, pp. 387-399; 2011.

Internetske stranice

Službena internetska stranica Špancirfesta: <https://www.spancirfest.com/o-spancirfestu/> (Pristupljeno 22.03.2024.)

Službena internetska stranica Turističke zajednice Varaždinske županije: <https://www.turizam-vzz.hr/> (Pristupljeno 24.03.2024.)

Službena internetska stranica Turističke zajednice grada Varaždina: <https://visitvarazdin.hr/> (Pristupljeno 22.03.2024.)

Službena internetska stranica Turističke zajednice grada Čakovca „Visit Čakovec“: <https://www.visitcakovec.com/> (Pristupljeno 05.04.2024.)

Službena internetska stranica Turističke zajednice Međimurske županije: <https://tzm.hr/>
(Pristupljeno 07.04.2024.)

Informativni internetski portal „međimurje.info“ - <https://medimurje.info/wp/porcijunkulovo/>
(pristupljeno 17.04.2024.)

Ostali izvori

Kelemen, Petra. *Festival i grad – kulturne politike, izvedbe i identiteti na primjeruu varaždinskoga Špancirfesta*. doktorska disertacija, Filozofski fakultet u Zagrebu, 2012.

Zavrtnik, Ema. *Grad Varaždin: Utjecaj Špancirfesta na lokalnu zajednicu*. završni rad; Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“; Pula; 2023.

Đurkin Badurina, Jelena. *Autorski nastavni materijali iz kolegija „Turizam i lokalna zajednica“*. Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2023.

Komes, M., 1987. „Jesen vu Varaždinu“, *Varaždinske vijesti*

Popis ilustracija

Tablica 1: Analiza smještajnog kapaciteta u hotelima.....	9
Tablica 2: Analiza ostalih oblika smještaja	9
Tablica 3:SWOT analiza Špancirfest.....	12
Tablica 4: Analiza dolazaka i noćenja za vrijeme Špancirfesta.....	15
Tablica 5: Analiza prihoda Špancirfesta	16
Tablica 6: Analiza rashoda Špancirfesta.....	18
Tablica 7: Analiza dobiti i gubitka.....	20
Tablica 8: Ostvaren broj noćenja na području Međimurske županije 2018.-2023. godine	21
Tablica 9: Hotelski smještajni kapacitet na području grada Čakovca	22
Tablica 10: Smještajni kapacitet u Čakovcu	22
Tablica 11: SWOT analiza Porcijunkulovo	24
Tablica 12: Analiza prihoda Porcijunkulova	26
Tablica 13: Analiza rashoda Porcijunkulova	28
Tablica 14: Anketirani ispitanici prema općim podacima (u apsolutnim i relativnim frekvencijama)	33
Tablica 15: Anketirani posjetitelji prema općim karakteristikama pojedinih manifestacija ..	34
Tablica 16: Broj ponuda koje su ispitanici naveli kao najinteresantnije	35
Tablica 17: Analiza percepcije ispitanika o pozitivnim utjecajima manifestacija.....	36
Tablica 18: Analiza percepcije ispitanika o negativnim utjecajima manifestacija	36
Tablica 19: Anketirani posjetitelji prema pozitivnim i negativnim učincima manifestacije ..	37
Tablica 20: Deskriptivni pokazatelji za ocjene pozitivnih odnosno negativnih učinaka manifestacija ukupno (n = 431) i za svaku manifestaciju posebno (n ₁ =212 i n ₂ =219)	40
Tablica 21: Rezultati usporedbe medijana za pozitivni značaj manifestacija pomoću Mann-Whitneyevog U testa i Kruskal-Wallisovog H testa	42
Tablica 22: Rezultati usporedbe medijana za negativni značaj manifestacija pomoću Mann-Whitneyevog U testa i Kruskal-Wallisovog H testa	43
Tablica 23: Broj prijedloga ispitanika na pojedinim manifestacijama (n = 360 prijedloga): ..	46
Tablica 24: Pregled broja prijedloga ispitanika po skupinama i po manifestacijama (n = 360)	48
Grafički prikaz 1: Broj ostvarenih dolazaka i noćenja 2021. - 2023. godine	9

Grafički prikaz 2: Prosječne ocjene pozitivnih i negativnih učinaka pojedinih manifestacija grafički prikazane pomoću dvostrukih vodoravnih stupaca	39
Grafički prikaz 3: Grafički prikaz pozitivnih ocjena utjecaja Špancirfesta i Porcijunkulova kod pojedinih ispitanika pomoću histograma u koji je ucrtana normalna krivulja.....	40
Grafički prikaz 4: Grafički prikaz negativnih ocjena utjecaja Špancirfesta i Porcijunkulova kod pojedinih ispitanika pomoću histograma u koji je ucrtana normalna krivulja.....	40
Grafički prikaz 5: Postotak prijedloga dobivenih od anketiranih ispitanika za pojedine manifestacije	46