

Analiza organizacijskih elemenata gastronomskih manifestacija na području grada Karlovca

Kovačić, Lucija

Undergraduate thesis / Završni 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:191:087146>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-28**



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
Opatija
Preddiplomski sveučilišni studij

LUCIJA KOVAČIĆ

**Analiza organizacijskih elemenata gastronomskih
manifestacija na području grada Karlovca**

**Analysis of the organizational elements of gastronomic events in
the area of the city of Karlovac**

Završni rad

Opatija, 2024.

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

**Analiza organizacijskih elemenata gastronomskih
manifestacija na području grada Karlovca**

**Analysis of the organizational elements of gastronomic events in
the area of the city of Karlovac**

Završni rad

Kolegij: **Upravljanje odnosima u turizmu i
ugostiteljstvu**

Student: **Lucija Kovačić**

Mentor: **izv.prof. dr. sc. Marina Laškarin Ažić**

Matični broj: **Ps25415/20**

Opatija, lipanj 2024.



SVEUČILIŠTE U RIJECI UNIVERSITY OF RIJEKA
FAKULTET ZA MENADŽMENT U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU
FACULTY OF TOURISM AND HOSPITALITY MANAGEMENT
OPATIJA, HRVATSKA CROATIA

IZJAVA O AUTORSTVU RADA I O JAVNOJ OBJAVI RADA

Ime i prezime studenta: Lucija Kovačić
Matični broj: 25415MO20

Izjavljujem da sam završni rad pod naslovom

Analiza organizacijskih elemenata gastronomskih manifestacija na području grada Karlovca

izradila/o samostalno te sam suglasna/suglasan o javnoj objavi rada u elektroničkom obliku.

Svi dijelovi rada, nalazi ili ideje koje su u radu citirane ili se temelje na drugim izvorima, bilo da su u pitanju knjige, znanstveni ili stručni članci, Internet stranice, zakoni i sl. u radu su jasno označeni kao takvi te adekvatno navedeni u popisu literature.

U Opatiji, 21.06.2024.

Lucija Kovačić

Potpis studenta

Sažetak

Analiza organizacijskih elemenata gastronomskih manifestacija na području grada Karlovca pruža uvid u ključne aspekte organizacije, provedbe i utjecaja ovih događaja na lokalnu zajednicu i turizam. Kroz istraživanje, identificirani su važni faktori uspješnosti manifestacija te područja za poboljšanje. Uzorak istraživanja obuhvatio je raznoliku demografsku skupinu ispitanika, a rezultati su pokazali umjereno zadovoljstvo kvalitetom i organizacijom gastronomskih manifestacija. Preporuke za unapređenje uključuju bolje planiranje i koordinaciju, poboljšanu komunikaciju, diversifikaciju programa, partnerstva i sponzorstva, pristupačnost, održivost te evaluaciju i povratne informacije. Implementacija ovih prijedloga mogla bi značajno doprinijeti razvoju gastronomskog turizma u Karlovcu te jačanju turističke privlačnosti grada.

Ključne riječi: *gastronomske manifestacije, organizacija, analiza, turizam, Karlovac*

Sadržaj

	Uvod	1
		3
1.	DEFINIRANJE TEMELJNIH POJMOVA	
1.1.	Pojam i vrste manifestacija	3
1.2.	Gastronomske manifestacije kao turistički proizvod	7
1.3.	Organizacijski elementi manifestacija	10
1.4.	Grad Karlovac u kontekstu manifestacija	11
		19
2.	Kvantitativni i kvalitativni pokazatelji grada Karlovca	
2.1.	Broj dolazaka i noćenja turista	19
2.2.	Kvalitativna analiza manifestacija grada Karlovca	
2.3.	Swot analiza	21
		23
3.	Analiza istraživanja o zadovoljstvu stanovništva i turista prema organizacijskim elementima	26
3.1.	Opis uzorka	26
3.2.	Rezultati	26
4.	Prijedlozi za unapređenje	34
4.1.	Prijedlozi za unapređenje organizacijskih elemenata manifestacija grada Karlovca	34
		36
5.	Zaključak	
	Bibliografija	38
	Popis ilustracija	40

Uvod

Interakcija između gastronomije i turizma danas je neosporiva, ne samo zbog činjenice da gastronomija čini bitan dio turističkog doživljaja, već i zbog rastućeg trenda koji je prisutan. Gastronomski turizam postaje sve popularniji među putnicima koji su željni jedinstvenih doživljaja, žele iskusiti lokalnu kuhinju i sudjelovati u gastronomskim događanjima. Suvremeni trend u gastronomskom turizmu naglašava aktivno uključivanje turista u stvaranje osjetilnog i emocionalnog iskustva, umjesto da budu samo pasivni promatrači.

Gastronomski festivali, poput događanja čiji je cilj pružiti posjetitelju jasne osjetilne dojmove – zahtijevaju veću uključenost posjetitelja u proces proizvodnje gastronomskih proizvoda. Tako dobivaju jedinstveno osjetilno iskustvo, vezani su za lokalne kulture i komuniciraju s lokalnim stanovništvom. Aktivno uključivanje turista u lokalne tradicije suvremeni je turistički trend. Posljednjih godina manifestacije postaju sve važnije u turističkim destinacijama zbog svojih turističkih, društvenih i kulturnih funkcija, kao i uloge u lokalnom i regionalnom razvoju. Turizam događanja značajan je način stvaranja visokokvalitetnih turističkih iskustava, stoga mnoge destinacije obogaćuju svoju ponudu raznolikim programima događanja. Ovisno o vrsti, karakteru, lokaciji i mjestu održavanja, događaji mogu imati različite ekonomske, društvene i ekološke učinke, kako pozitivne tako i negativne. Destinacije koje ugošćuju male ili velike događaje susreću se sa značajnim izazovom u njihovom organiziranju za promicanje održivog razvoja turizma.

Analiza organizacijskih elemenata gastronomskih manifestacija na području grada Karlovca predmet je istraživanja koji ima za cilj dublje razumijevanje organizacije, provedbe i utjecaja ovih događaja na lokalnu zajednicu i turizam. Cilj ovog rada je da se na osnovu analize dostupnih informacija i podataka, kao i rezultata istraživanja gastronomskih manifestacija i njihove povezanosti sa turističkim prometom, dokaže da gastronomski turizam u gradu Karlovcu treba razvijati kako zbog obima raspoloživih resursa u Karlovcu već i zbog mogućnosti pozitivnog uticaja na rast turističkog prometa.

U radu su korištene deskriptivne metode, metode analize i sinteze sadržaja te metoda anketiranja.

Rad je podijeljen na pet glavnih poglavlja uključujući uvod i zaključak. Prvo poglavlje pod nazivom „Definiranje temeljnih pojmova“ počinje s definiranjem temeljnih pojmova koji su ključni za razumijevanje analize gastronomskih manifestacija kao turističkog proizvoda. Ovdje se istražuju pojmovi i različite vrste manifestacija, kao i njihova važnost u kontekstu

turizma.

Nadalje, fokus je na gradu Karlovcu kao specifičnom kontekstu za analizu manifestacija. Ovo poglavlje istražuje organizacijske elemente tih manifestacija, ističući kako se one konceptualiziraju i provode kao turistički proizvod te koje su ključne komponente u njihovoj realizaciji.

Drugo poglavlje pod nazivom „Kvantitativni i kvalitativni pokazatelji turističkog stanja grada Karlovca“ istražuje statističke podatke koji pružaju uvid u opseg turističke aktivnosti u gradu, kako u smislu posjećenosti, tako i u smislu trajanja boravka. Dalje se analizira kvalitativna strana manifestacija grada Karlovca. Koristeći SWOT analizu, istražuju se snage, slabosti, prilike i prijetnje vezane uz organizacijske elemente manifestacija, kako bi se dobila cjelovita slika njihove uspješnosti i potencijalnih izazova.

Nakon toga, u trećem poglavlju pod nazivom „Analiza istraživanja o zadovoljstvu stanovništva i turista prema organizacijskim elementima“ provodi se analiza istraživanja o zadovoljstvu stanovništva i turista prema organizacijskim elementima. Ovdje se opisuje uzorak istraživanja, korištene metode, rezultati te rasprava o dobivenim rezultatima.

Konačno, četvrto poglavlje pod nazivom „Prijedlozi za unapređenje“ donosi mjere za poboljšanje organizacijskih elemenata manifestacija grada Karlovca, s ciljem osiguranja još kvalitetnijeg turističkog iskustva za posjetitelje. Ovim se strukturiranim pristupom istražuje kompleksna povezanost između gastronomskih manifestacija, turizma i organizacijskih aspekata, nudeći uvid u stanje, izazove i potencijale ovog područja u konkretnom kontekstu grada Karlovca.

U zaključku rada, sumira se cjelokupna tematika i problematika rada te se navode glavni zaključci.

1. Definiranje temeljnih pojmova

Zahvaljujući gastronomskom turizmu čuva se tradicija i nastoji se domaća hrana približiti brojnim turistima iz susjednih gradova, ali i stranim turistima. U eri globalizacije, lokalizacija i korištenje gastronomije i hrane mogu biti izvor regionalnog i nacionalnog identiteta (Hjalager, Richards, 2002). Međutim, festival koji jednostavno sadrži komponentu hrane ne može se klasificirati kao festival hrane. Festival hrane je festival hrane koji naglašava regionalne ili lokalne gastronomske specijalitete ili festival na temu hrane koji ima aktivnosti i programe vezane uz hranu ili na temu hrane. Festival hrane je mjesto gdje su zajednice uključene u javnu proslavu i promociju lokalne hrane (Everett, Aitchison, 2007).

S promjenama preferencija domaćih i stranih turista, mijenja se i tradicionalni koncept odmora (Sahin, Aydin, 2017., 181). Festivali hrane jedan su od načina upotpunjavanja doživljaja sve zahtjevnijih turista. Pojam gastronomije se u većini slučajeva veže uz konzumaciju hrane u restoranima. No, trendovi gastronomskih turista danas su posjećivanje i kušanje hrane i pića kod primarnih i sekundarnih proizvođača, prisustvo manifestacijama jela i pića te konzumacija autohtonih jela i pića. Gastronomski turisti postaju održiva alternativa za nove destinacije koje ne mogu imati koristi od "sunca, mora i pijeska", ili prirodnih ili kulturnih resursa (Kivela, Crotts, 2005., 41).

Hrana na manifestacijama vrlo je moćno sredstvo komunikacije s turistima, jer se posjetitelji ovih događanja mogu družiti i uključiti u kulturne aktivnosti, poput posjeta umjetničkim galerijama, povijesnim znamenitostima ili parkovima, pronaći skriveno gastronomsko blago koje poznaju samo domaći ljudi, isprobati neobična jela i namirnice te se upoznaju s određenom kulturom ili tradicijom (Bjeljac, 2010., 28). Stoga su gastronomski turizam i gastronomske manifestacije kompatibilne s drugim oblicima turizma i turističkim vrijednostima. Kroz gastronomiju se povezuju i drugi oblici turizma. Predmet rada je analiza gastronomskih manifestacija u turističkoj ponudi Karlovca i sagledavanje mogućnosti njegove popularizacije.

1.1. Pojam i vrste manifestacija

Ljudi su kroz povijest uvijek nalazili načina da obilježe važne trenutke u svom životu. Bilo u svojim osobnim ili profesionalnim životima, uvijek su osjećali potrebu odati priznanje i slaviti značajne događaje. Stoljećima su se održavale različite vrste događanja, od sportskih

okupljanja i natjecanja do vjerskih slavlja. Prema Getzu (2005.), „*događaji su bitan dio ljudskog iskustva budući da pomažu definirati našu kulturu i civilizaciju*“. Ovi događaji služe kao posebna prilika u kojoj se ceremonija i ritual koriste za obilježavanje jedinstvenog trenutka u vremenu i ispunjavanje specifičnih potreba. Služe kao podsjetnik na značajne dane koji imaju posebno značenje za društvo. Manifestacije događaja mogu se povezati s povijesnim događajima ili koristiti za tumačenje povijesti i geografije.

Pojam "manifestacija" potječe od latinske riječi "*manifestare*", što znači javno objavljivanje ili istupanje radi izražavanja zajedničkih ciljeva. U suvremenoj upotrebi, manifestacije se obično nazivaju karnevali, festivali, sajmovi ili ceremonije, a izraz "organizirani događaj" može se koristiti kao sinonim. Događaji obuhvaćaju posebne rituale, prezentacije, izvedbe ili proslave koje su pažljivo planirane i pripremljene unaprijed kako bi se obilježile određene prigode ili postigli društveni, kulturni ili korporativni ciljevi (Getz, 2005).

Manifestacije se mogu pojaviti na lokalnoj, regionalnoj, nacionalnoj ili međunarodnoj razini. Potiču osjećaj zajedništva među sudionicima, nudeći jedinstvena iskustva prilagođena svakom pojedincu i priliku za povezivanje s velikim brojem istomišljenika koji dijele slične interese. Manifestacije su dio ljudskog postojanja od davnina. Početne organizirane ljudske zajednice prenosile su priče i pjesme kroz generacije, a pritom su organizirale i plemenske proslave.

I u moderno doba ostaje urođena želja za druženjem, natjecanjem, uživanjem i isticanjem jer su oni bitni u obilježavanju značajnih događaja u životu pojedinca ili društva. Ti čimbenici i danas pokreću turizam događaja. S porastom stanovništva, gospodarstva i napretkom, novo doba dovelo je do pojave raznih vrsta, oblika i veličina manifestacija.

Neke od karakteristika manifestacija su (Pivčević, 2015., 6):

1. Kratkotrajnost:

- Ova karakteristika ukazuje na to da su manifestacije ili događaji prolaznog karaktera, ne traju dugo. Mogu biti jednodnevni ili kraći projekti.

2. Jedinstvenost:

- Manifestacije koje se odlikuju jedinstvenošću obično su specifične i neponovljive. Mogu imati nešto posebno ili ekskluzivno što ih izdvaja od drugih događanja.

3. Radno-intenzivni projekti:

- Ova karakteristika sugerira da su manifestacije zahtevne u smislu rada i angažovanja. Mogu uključivati intenzivne radne napore kako bi se

organizovale i izvele.

4. **Neopipljivost:**

- Ovaj pojam ukazuje na to da manifestacije nisu nužno fizički opipljive ili materijalne. Mogu obuhvatiti apstraktne ideje, koncepte, ili iskustva koja se ne mogu direktno dodirnuti ili videti.

5. **Fleksibilnost:**

- Fleksibilnost ukazuje na sposobnost prilagođavanja manifestacije promenama okolnosti ili potrebama. Mogu se brzo prilagoditi novim uslovima ili zahtevima.

Primjeri manifestacija koje bi mogle odgovarati ovim karakteristikama uključuju kratkotrajne umetničke performanse, jedinstvene kulturne događaje, radno-intenzivne volonterske projekte, neopipljive digitalne manifestacije ili fleksibilne konferencije koje se prilagođavaju dinamičnim temama.

Manifestacije se mogu klasificirati na različite načine. Jedan način da ih se kategorizira temelji se na njihovoj veličini, dok se drugi način temelji na njihovom sadržaju i vrsti. Manifestacije se po veličini mogu podijeliti na mega manifestacije, regionalne manifestacije, značajne manifestacije i manje manifestacije. Što se tiče sadržaja i vrste, manifestacije se mogu klasificirati prema turističkoj klasifikaciji Eduarda Kušena i Getzovoj tipologiji planiranih manifestacija.

Manifestacije prema veličini kategoriziraju se na sljedeći način (Tušak, 2017., 14):

1. **Mega manifestacije:**

- Najveće manifestacije koje imaju globalni doseg.
- Okrenute međunarodnom tržištu.
- Privlače veliki broj posjetitelja i ostvaruju značajan utjecaj na turizam, medijsku pozornost i gospodarstvo.
- Primjeri: Olimpijske igre, Svjetsko prvenstvo u nogometu.

2. **Regionalne manifestacije:**

- Cilj privući turiste za određeno odredište ili regiju.
- Obogaćuju kulturu i tradiciju regije.
- Primjeri: Karneval u Rio de Janeiru, Opatijski vremeplov.

3. **Značajne manifestacije:**

- Pobuđuju veliko zanimanje zajednice i privlače velik broj turista.
- Stvaraju značajan prihod od turizma.
- Primjeri: Proslava Nove godine u gradovima diljem svijeta.

4. Manje manifestacije:

- Velik broj manifestacija u kojima organizatori stječu iskustva.
- Ovo obuhvaća sastanke, zabave, proslave, konvencije, dodjele nagrada, izložbe, sportska događanja i druge društvene događaje.
- Primjeri: "Dani piva" u Karlovcu, "Špancirfest" u Varaždinu.

Manifestacije s obzirom na vrstu i sadržaj (Tušak, 2017., 15):

1. Turistička klasifikacija manifestacija prema Eduardu Kušenu:

- **Kulturne manifestacije:** Igre, festivali, smotre, izložbe, likovne kolonije, skupovi, zabavni programi.
- **Vjerske manifestacije:** Posjeti crkvenim mjestima, hodočašća, proštenja.
- **Sportske manifestacije:** Sportska prvenstva, sportske igre, tradicijski sportovi.
- **Gospodarske manifestacije:** Gospodarske izložbe, sajmovi, modni festivali, stručna natjecanja.
- **Ostale manifestacije:** Proslave, mitinzi, različita druženja.
- **Motivi manifestacija:** Promatranje, doživljavanje, aktivno sudjelovanje.
- **Vrijeme održavanja:** U slobodno vrijeme i dokolici.

2. Getzova tipologija planiranih manifestacija:

- **Kulturni događaji:** Festivali, karnevali, komemoracije, religiozni događaji.
- **Politički i državni događaji:** Mitinzi, inauguracije, politički događaji s prisustvom VIP osoba.
- **Umjetnički i zabavni događaji:** Koncerti, dodjele nagrada.
- **Poslovni događaji:** Sastanci, trgovački sajmovi, izložbe.
- **Edukacijski i znanstveni događaji:** Konferencije, seminari.
- **Rekreacijski događaji:** Sportske igre organizirane radi zabave.
- **Privatni događaji:** Zabave, vjenčanja, godišnjice

Uz ove podjele Getz je još podijelio manifestacije na planirane i neplanirane manifestacije (Tušak, 2017., 15):

1. Planirane manifestacije:

- Fokus istraživanja i upravljanja manifestacijama.
- Podvrgnute su postupku strateškog planiranja.
- Karakterizira ih unaprijed definiran cilj i struktura.

- Organizatori su svjesni datuma, ciljeva i svih ključnih elemenata.
- Primjeri: Kulturni događaji, sportske priredbe, konferencije.

2. Neplanirane manifestacije:

- Nisu predmet intenzivnog istraživanja i upravljanja manifestacijama.
- Mogu biti javne ili privatne.
- Karakterizira ih spontanost i nedostatak unaprijed određenog plana.
- Organiziraju se iznenada ili bez unaprijed definiranih ciljeva.
- Primjeri: Javna okupljanja, neočekivane proslave, impromptu događaji.

Razumijevanje razlike između planiranih i neplaniranih manifestacija pomaže organizatorima u prilagođavanju svojih pristupa i resursa ovisno o prirodi samog događaja. Planiranje manifestacija, posebice velikih i složenih, ključno je za postizanje uspjeha i zadovoljstva sudionika

1.2. Gastronomske manifestacije kao turistički proizvod

Manifestacijski turizam ili turizam događanja je suvremeni oblik turizma koji je nastao kao odgovor na želje i zahtjeve suvremenog turista. Turisti se danas ne zadovoljavaju samo obilaskom mjesta specifičnih klimatskih i geografskih obilježja; traže cjelovito iskustvo putovanja koje uključuje prisustvovanje raznim događanjima.

Turizam događanja može se definirati kao destinacija i marketinška strategija usmjerena na maksimiziranje ekonomskih koristi proizašlih iz događanja. Tipično, to uključuje kretanje relativno velike grupe turista na sportske, kulturne, zabavne i druge vrste događaja. Ti događaji mogu uključivati sportska natjecanja poput Olimpijskih igara, kao i kulturne izložbe, često uključujući širok raspon turističkih aktivnosti i ponuda. Događanja i turizam usko su isprepleteni jer su događanja često sastavni dio cjelokupnog turističkog iskustva koje destinacija pruža kako bi privukla više posjetitelja. Štoviše, događanja mogu poslužiti kao primarna motivacija turistima za odabir određene destinacije (Trošt, 2012., 33).

Manifestacije pozitivno utječu na turizam jer povećavaju konkurentnost i kvalitetu ponude destinacije, a ujedno poboljšavaju kvalitetu života lokalnog stanovništva. Događaji se smatraju značajnom pokretačkom snagom rasta turizma u zajednici jer postaju sve utjecajni na turiste pri odlučivanju kamo će putovati. Osim istraživanja novih destinacija, moderni

turisti žele uroniti u različite kulture, običaje i doživjeti ugodno iskustvo. Stoga je ključno imati dobro razvijen sektor turizma događaja. Turističke funkcije događanja iskazuju se kroz širenje turističkog tržišta destinacije, produljenje boravka turista, jačanje imidža destinacije, omogućavanje bolje promocije te služe kao atrakcije i izvori zabave unutar destinacije. Istodobno, događaji pomažu u očuvanju i predstavljanju lokalne kulture, tradicije i običaja, dok sudionicima pružaju zabavu, rekreaciju, društvenu koheziju te kulturni i društveni napredak. Stoga je uloga događanja u utjecaju na održivost, konkurentnost i promociju destinacije nedvojbeno značajna (Birkić, et. al, 2020., 78-81).

Gastronomske manifestacije ili gastronomski događaji, koji se ponekad nazivaju posebnim ili zaštitnim događajima, jesu sajmovi, festivali, kulturni i industrijski događaji koji se održavaju redovito ili s vremena na vrijeme. Festivali hrane lak su način animiranja članova lokalne zajednice, ali i posjetitelja svih dobnih skupina zbog velike uloge koju hrana ima u svakodnevnom životu, a koja nije samo čimbenik opstanka, rasta i razvoja, već obavljanje svakodnevnih aktivnosti, ali i doprinosi boljoj kvaliteti života (Kostić, Petrović, 2015).

Manifestacije jela i pića obuhvaćaju sve manifestacije koje su naravno povezane s hranom i pićem, odnosno spravljanjem i prodajom nekih tradicionalnih gastronomskih recepata određenog kraja ili predstavljanjem domaćih pića poput vina i rakije. Diljem svijeta pojavile su se brojne gastronomske manifestacije, a sve više raste interes za gastronomski turizam, koji postaje vrlo zanimljiv oblik rekreacije i turističke atrakcije. Destinaciju je moguće dodatno promovirati, poput destinacije vinskog turizma, razvojem vinskih manifestacija (Wargenau, Che, 2008.).

Lokalna hrana predstavlja ulaz u nematerijalnu baštinu destinacije (Björk, Kauppinen-Räisänen, 2014., 298). Festivali hrane izvrsna su prilika za destinaciju iz mnogo razloga. Za proizvođače hrane i vina, ovi festivali pružaju jeftin i ponekad isplativ način promoviranja robnih marki novim potrošačima i pružaju priliku za interakciju s potrošačima, kao i njihove povratne informacije. Za turističke destinacije, gastronomske i vinske manifestacije prilika su za stjecanje svijesti o regionalnim brendovima, promocija regije za koju je određena vrsta gastroproizvoda vezana, ali i razlog za ponovni posjet određenoj regiji (Vukić, 2015., 128).

Posebnu važnost imaju gastronomske manifestacije kao podvrsta kulturnih događanja koja obogaćuju turističku ponudu, čime se može produžiti turistička sezona, zaštititi i unaprijediti kulturne vrijednosti destinacija. Gastronomske manifestacije privlače veliki broj posjetitelja, kako domaćih tako i stranih turista (Čatić, 2016., 47).

Popratne manifestacije su izložbe (umjetnosti, stare mehanizacije, novih

poljoprivrednih strojeva i alata), sportska natjecanja, zabavni programi, večeri folklor, poljoprivredni savjeti i dr.). Manifestacije mogu biti uključene u paket aranžmane pojedinih turoperatora ili putničkih agencija, bilo da se radi o manifestacijama unutar granica države za koju je paket aranžman kreiran ili organiziranju putovanja u drugu državu radi prisustvovanja određenom događaju (Vrančić, 2016., 31). Manifestacije mogu pridonijeti zaokruživanju turističkog proizvoda ruralnog turizma. Važnost ruralnog turizma ogleda se u vrlo važnoj interakciji poljoprivredne proizvodnje, tradicijskih poljoprivrednih prehrambenih proizvoda, prezentacije tradicije, tradicijske gastronomije i turističkih usluga (Cvijanović, Ružić, 2017., 33).

Proces identificiranja događanja i stvaranja integriranog ruralnog turističkog proizvoda treba provoditi lokalna zajednica zajedno s lokalnim turističkim organizacijama, uz stratešku i financijsku potporu državnih i lokalnih institucija, vodeći računa da država treba stvoriti poželjno okruženje za promicanje određenog koncepta razvoja (Radović i sur., 2012). Tradicionalna hrana razlog je vjernosti turista i pozitivno utječe na razvoj ruralne destinacije (Vujko i sur., 2017., 477). U isto vrijeme, gastronomska iskustva mogu dodati vrijednost turizmu osiguravajući vezu između lokalne kulture, krajolika i hrane te stvarajući atmosferu koja je toliko važna za nezaboravno iskustvo odmora (Hjalager, Richards, 2002.). Manifestacije jačaju imidž i prepoznatljivost mjesta kao gastronomske destinacije. Cilj ove manifestacije, osim promidžbe i postizanja gospodarskih rezultata, prvenstveno je upoznavanje društva s proizvodima domaćeg stanovništva, autohtonom gastronomijom i tradicijom (Štimac, 2016., 41).

Manifestacije su događaji ili priredbe koje se organiziraju radi zabave, edukacije, promocije, ili nekog drugog cilja. One mogu obuhvaćati različite vrste događaja, kao što su kulturne manifestacije, sportska natjecanja, koncerti, festivali hrane i pića, sajmovi, konferencije, i slično. Gastronomske manifestacije su specifične vrste događaja koje se fokusiraju na hranu i piće. Gastronomske manifestacije mogu se izvrsno iskoristiti kao turistički proizvod jer privlače posjetitelje koji su zainteresirani za istraživanje lokalne kuhinje, tradicije i kulture. Ove manifestacije mogu doprinijeti razvoju turizma na nekoliko načina: kroz promociju kulturne baštine, ponudu lokalnih proizvoda, obogaćenje već postojeće turističke ponude.

1.3. Organizacijski elementi manifestacija

Organizacija manifestacija uključuje različite elemente kako bi se osiguralo uspješno planiranje, provedba i evaluacija događaja. Evo nekoliko ključnih organizacijskih elemenata manifestacija (Zrinušić, 2014., 53 - 54):

1. Ciljevi i vizija:

- Definiranje jasnih ciljeva i vizije događaja.
- Postavljanje mjerljivih i ostvarivih ciljeva.
- Utvrđivanje svrhe događaja.

2. Tim za organizaciju:

- Formiranje tima koji će biti odgovoran za planiranje i provedbu događaja.
- Različite uloge u timu, uključujući voditelja događaja, koordinatora logistike, marketinškog stručnjaka itd.

3. Financiranje i proračun:

- Utvrđivanje financijskih resursa potrebnih za organizaciju događaja.
- Izrada proračuna koji obuhvaća troškove lokacije, promocije, opreme, osoblja itd.
- Osiguranje izvora financiranja, uključujući sponzorstva, ulaznice, prodaju, donacije itd.

4. Lokacija i logistika:

- Odabir odgovarajuće lokacije koja zadovoljava potrebe događaja.
- Rješavanje logističkih izazova poput parkiranja, sigurnosti, pristupačnosti itd.

5. Promocija i marketing:

- Razvoj marketinške strategije za privlačenje ciljane publike.
- Korištenje različitih kanala promocije, uključujući društvene medije, tisak, radijske i televizijske oglase itd.

6. Program i sadržaj:

- Planiranje programa i aktivnosti tijekom događaja.
- Osiguravanje raznolikog i privlačnog sadržaja za sudionike.

7. Volonteri i osoblje:

- Rekrutiranje, obuka i upravljanje volonterima i osobljem.
- Osiguravanje dovoljnog broja ljudi za podršku različitim aspektima događaja.

8. Sigurnost i zdravlje:

- Postavljanje plana sigurnosti koji obuhvaća pružanje prve pomoći, evakuaciju,

sigurnosne protokole itd.

9. Tehnička potpora:

- Osiguravanje potrebne tehničke opreme (zvuk, svjetlo, video itd.).
- Koordinacija s tehničkim timom kako bi se osiguralo nesmetano odvijanje događaja.

10. Evaluacija i analiza:

- Provođenje evaluacije događaja nakon završetka.
- Analiza postignutih ciljeva, sudjelovanje publike, financijskih rezultata itd.
- Proučavanje povratnih informacija kako bi se poboljšala organizacija budućih događaja.

Ovi elementi zajedno čine temeljnu strukturu za učinkovito planiranje i vođenje manifestacija. Svaki od njih zahtijeva pažnju i koordinaciju kako bi se osiguralo dosljedno visoka kvaliteta događaja.

1.4. Grad Karlovac u kontekstu manifestacija

Resursi događanja i manifestacija sastavnica su antropogenih resursa koji obuhvaćaju obrazovne i rekreacijske aktivnosti i manifestacije. To su izložbe, seminari, predstave, kongresi, kao i velika kulturna i druga događanja. Iako se događanja i kulturne ustanove ne osnivaju isključivo u turističke svrhe, turizam značajno utječe na njihov opseg, kvalitetu i značaj. No, kako turizam pozitivno utječe na ove manifestacije, one zauzvrat povoljno utječu na turizam povećavajući atraktivnost destinacije i povećavajući potrošnju.

Svoju turističku ponudu Karlovac obogaćuje brojnim događanjima i manifestacijama, a među najuglednijima i posjećenijima su Dani piva, Advent, paljenje ivanjskog krijesa i Zvezdano ljeto koje kulminira Rođendanskim balom i velikom proslavom (Visit Karlovac, Događaji, 2024).

U nastavku se prikazuju najvažnije manifestacije grada Karlovca (Visit Karlovac, Događaji, 2024):

1. *Dani piva*

"Dani piva" u Karlovcu su prestižni glazbeni festival i najdugovječniji hrvatski festival piva i gastronomije. Traju pet dana i privlače više od 50.000 posjetitelja i turista. Održavaju se na atraktivnim gradskim prostorima u povijesnoj gradskoj jezgri Karlovca, u "Zvijezdi" i na obali rijeke Korane, gdje je smješten i festivalski kamp.

Cilj: Cilj manifestacije je unaprijediti turističku ponudu destinacije Karlovac, s očekivanim rezultatima u vidu većeg broja turističkih dolazaka, noćenja, ugostiteljskog i drugog turističkog prometa, te ojačati brand hrvatskog turizma.

Ciljne skupine: Uža ciljna skupina su muškarci i žene od 18 do 40 godina, dok je šira ciljna skupina sve osobe starije od 18 godina.

Glavne aktivnosti:

1. Glazbeni festivali:

- Pop-rock
- HIP-HOP
- Festival elektronske glazbe
- Alternativni stage
- POP stage
- Nastupi popularnih glazbenih izvođača na pet festivalskih pozornica.

2. Gastro festival:

- Prodajni, prezentacijski i natjecateljski dio.
- Pivski Masterclass u suradnji s renomiranim hrvatskim chefom.

3. Interaktivni ulični zabavni sadržaji:

- Ulični zabavljači
- Bike painting
- Pub quiz

Ova raznolika ponuda čini "Dane piva" značajnim događajem koji kombinira glazbu, hranu i zabavu, privlačeći različite skupine posjetitelja

Slika 1. Prikaz loga manifestacije Dani piva Karlovac za 2023. godinu



Izvor: <https://danipiva.net/> (10.01.2024)

2. Zvezdano ljeto

- **Datum održavanja:** Od 23. lipnja do 13. srpnja (uključujući Dan grada Karlovca).
- **Lokacija:** Karlovačko zvezdano ljeto odvija se pod karlovačkim zvezdanim nebom.
- **Program:**
 - **Izvršne kazališne predstave:** Ponuda uključuje kazališne predstave koje će zabaviti publiku.
 - **Virtuozi flaute, gitare:** Glazbeni virtuozi izvode svoje umijeće na instrumentima poput flaute i gitare.
 - **Glazbeni hitovi:** Posjetitelji mogu uživati u izvedbama popularnih glazbenih hitova.
 - **Drevni Ivanjski krijesovi:** Program počinje na obalama rijeke Kupe uz drevne Ivanjske krijesove, stvarajući posebnu atmosferu.
 - **Folklorni festival:** Događa se folklorni festival, predstavljajući tradicionalne plesove i glazbu.
 - **Okusi jela iz cijeloga svijeta:** Posjetitelji mogu kušati različite svjetske kulinarske specijalitete.
 - **Izložbe i performansi:** Manifestacija uključuje umjetničke izložbe i performanse.
 - **Zvezdani Dnevni boravak:** Posjetitelji mogu zamijeniti udobnost vlastitog dnevnog boravka za Zvezdani Dnevni boravak, gdje se mogu opustiti i uživati u srcu Hrvatske.

- **Tradicionalni rođendanski bal:** Središnji dio događanja je tradicionalni rođendanski bal koji se održava u srcu grada.
- **Cilj:** Pružiti publici jedinstveno iskustvo i proslaviti Dan grada Karlovca kroz raznovrstan kulturni, glazbeni i gastronomski program.

Zvezdano ljeto u Karlovcu donosi raznolik program koji privlači posjetitelje različitih interesa i uzrasta.

Slika 2. Prikaz manifestacije „Zvezdano ljeto“ u Karlovcu



Izvor: <https://www.turistickeprice.hr/zvezdano-ljeto-u-karlovcu-program-za-sve-generacije/>

(10.01.2024.)

3. Riječno kino

- **Prvo održavanje:** Prvi puta održano 2011. godine na Foginovom kupalištu.
- **Osnovna struktura manifestacije:**
 - **Filmske projekcije:** Osnovu Riječnog kina čine filmske projekcije, pružajući posjetiteljima priliku da uživaju u raznovrsnom filmskom programu.
 - **Dodatni sadržaji:** Osim projekcija, manifestacija uključuje radionice, nagradne igre za posjetitelje, filmski kviz i druge aktivnosti.
 - **Lokacije održavanja:** Osim u Karlovcu, Riječno kino se održava i u drugim gradovima poput Duge Rese, Ozlja, Kamanja, Slunja, Ogulina i na Petrovoj gori.
 - **Noviteti svake godine:** Manifestacija se svake godine obogaćuje novitetima kako bi privukla publiku i održala svježinu programa.
 - **Jubilarna godina:** Godina 2020. označava 10. jubilarnu godinu održavanja Riječnog kina.
- **Vremenski okvir održavanja:** Riječno kino se održava vikendima od polovice srpnja

(nakon završetka Zvezdanog ljeta) do polovice kolovoza.

Riječno kino predstavlja kulturnu manifestaciju koja osim što pruža filmsko iskustvo, integrira i različite aktivnosti kako bi privukla širu publiku te predstavlja tradiciju koja se njeguje već skoro trinaest godina.

Slika 3. Prikaz manifestacije "Riječno kino" u Karlovcu



Izvor: <https://visitkarlovac.hr/rijecno-kino/> (11.01.2024)

4. Gljivarski tjedan u Karlovcu

- **Održavanje manifestacije:** Gljivarski tjedan tradicionalno se održava u Karlovcu i okolici krajem rujna i početkom listopada, već 34 godine. Manifestaciju organizira Gljivarsko društvo Karlovac.
- **Ciljevi manifestacije:**
 - **Promocija gljivarstva:** Glavni cilj manifestacije je promoviranje gljivarstva, poticanje znanja i edukacije o gljivama.
 - **Obrazovanje i edukacija:** Organiziranje predavanja pridonosi obrazovanju sudionika o gljivama, njihovoj važnosti i raznolikosti.
 - **Gastronomija:** Gljivarski tjedan također uključuje gastronomski aspekt, s posebnim naglaskom na prigodnim specijalitetima od gljiva.
- **Tijek manifestacije:**
 - **Izložba gljiva:** Manifestacija započinje izložbom gljiva, pružajući posjetiteljima priliku da vide raznolikost gljivarskog svijeta.

- **Predavanja:** Nakon izložbe, slijede predavanja koja pružaju dodatne informacije i edukaciju o gljivama.
- **Druženje gljivarskih društava:** Organiziraju se susreti i druženja gljivarskih društava iz cijele Hrvatske.
- **Izleti:** Za građanstvo i posjetitelje organiziraju se prigodni izleti, vjerojatno u svrhu sakupljanja gljiva ili upoznavanja s prirodnim okolišem.
- **Uključivanje restorana:** Karlovački restorani aktivno sudjeluju u obilježavanju Gljivarskog tjedna pružanjem specijaliteta od gljiva, što doprinosi gastronomskom doživljaju manifestacije.

Gljivarski tjedan, osim što promiče ljubav prema gljivama, ima značajan obrazovni, društveni te gastronomski karakter, pridonoseći kulturnoj i edukativnoj ponudi Karlovca i okolice.

5. Ivanjski krijes

- **Povijest:**
 - Najstariji zapis o Ivanjskom krijesu u Karlovcu datira iz 1779. godine.
 - Lokacija paljenja krijesova nije se mijenjala od tada.
 - Prvi krijesovi zapaljeni su na polju pored rijeke Kupe na predjelu Struge na Gazi, a običaj se brzo proširio i na drugu obalu na Baniji.
 - Rivalstvo između Banije i Gaze, susjeda s obje obale Kupe, postalo je tradicionalno, potičući takmičarski duh svake godine.
- **Običaj paljenja krijesova:**
 - Paljenje krijesova je obred koji se obavlja tijekom ljeta, obično u noći uoči Ivanja.
 - Običaj ima dugu povijest i simbolizira Sunce, prizivajući dobar ljetni urod žita.
 - Krijesovi su postali središnji dio slavlja, a natjecanje između Gažana i Banijaca u veličini, ljepoti i trajanju izgaranja krijesova postalo je tradicionalno.
- **Rivalstvo i tradicija:**
 - Vječno rivalstvo između Banije i Gaze diže se na novu razinu tijekom ovog običaja.
 - Gažani i Banijci natječu se svake godine, a natjecateljski duh rasplamsava se u noći uoči Ivanja.
 - Pored paljenja krijesova, obilježeno je veseljem, pjesmom, plesom, potezanjem konopca, vožnjom čamcima, letovima balona i zmajeva, poslasticama te raskošnim vatrometom.

- **Transformacija u Kupske krijesove:**

- Od 1966. godine, Kupski krijesovi (kako su se tada zvali) nisu više bili samo lokalna svečanost dvaju gradskih četvrti, već su privlačili goste iz cijele Hrvatske i inozemstva.
- Svetkovina je obogaćena raznim aktivnostima i događanjima, uključujući vožnju čamcima, letenje balona i zmajeva, pjesmu i ples, te završava raskošnim vatrometom.
- Slavlje traje do kasno u noć, obasjano svjetlom i sjajem posljednje iskre krijesa.

Slika 4. Prikaz manifestacije "Ivanjski krijes"



Izvor: https://www.cetingrad.hr/wp-content/uploads/2020/06/Privitak-I_Pregled-manifestacija-u-Karlova%C4%8Dkoj-%C5%BEupaniji.pdf (11.01.2024)

6. Advent u Karlovcu

- **Pozicioniranje:**

- Zahvaljujući bogatom glazbenom programu, Advent u Karlovcu postao je jedan od najvećih adventskih događanja u Hrvatskoj.
- Cilj je postići suradnju i koordinaciju između svih sudionika adventske ponude u Karlovcu te ostvariti sinergiju privatnog, civilnog i javnog sektora.

- **Organizacija:**

- Organizator je udruga "Izvan fokusa" u suradnji s Gradom Karlovcem.
- Suradnja uključuje umjetnike, udruge, kreativce i druge dionike kulturne scene kako bi se stvorio kvalitetan programski sadržaj.

- **Ciljevi:**

- Osigurati kvalitetnu suradnju među dionicima adventske ponude.
- Postići sinergiju privatnog, civilnog i javnog sektora.
- Stvoriti platformu za raznoliku kulturnu i zabavnu ponudu tijekom Adventa.

- Obilježavanje blagdana kroz raznolike kulturne događaje.
- **Raznolika kulturna i zabavna ponuda:**
 - Ideja je stvoriti raznolik programski sadržaj koji uključuje glazbeni program, umjetničke izvedbe, udruživanje umjetnika i kreativaca te različite kulturne aktivnosti.
 - Advent u Karlovcu želi biti mjesto gdje se različite kulturne ponude stapaju u jedinstveno i blagdansko iskustvo za posjetitelje.
- **Koordinacija sektora:**
 - Ključno je ostvariti suradnju i koordinaciju između privatnog, civilnog i javnog sektora kako bi se postigla harmonija u organizaciji i provedbi Adventa.
- **Značaj glazbenog programa:**
 - Bogat glazbeni program igra ključnu ulogu u privlačenju posjetitelja i pozicioniranju Adventa u Karlovcu kao jednog od najznačajnijih adventskih događanja u zemlji

U poglavlju je obrađen pojam manifestacija, posebno naglašavajući gastronomske manifestacije kao turistički proizvod. Počevši od definiranja temeljnih pojmova, poglavlje istražuje različite vrste manifestacija, organizacijske elemente manifestacija te ulogu gastronomskih manifestacija u turističkoj ponudi. Naglasak je na tome kako manifestacije imaju značajan utjecaj na turizam, potičući ekonomski razvoj, promociju kulturne baštine i očuvanje lokalnih tradicija. U kontekstu Karlovca, poglavlje istražuje mogućnosti popularizacije gastronomskih manifestacija u turističkoj ponudi, ističući ih kao važan segment turističke atrakcije.

U idućem poglavlju, obrađuju se kvantitativni i kvalitativni pokazatelji turističkog stanja grada Karlovca.

2. Kvantitativni i kvalitativni pokazatelji grada Karlovca

Analiza turističkog prometa u Gradu Karlovcu i SWOT analiza bitne su za razumijevanje postojećeg stanja. Karlovac je prvenstveno poznat kao tranzitna destinacija, gdje se turisti u prosjeku zadržavaju 2,16 dana. Analiza razvoja turističkog prometa u gradu ključna je za ocjenu dosadašnjih akcija i formuliranje strategije budućeg rasta.

2.1. Broj dolazaka i noćenja turista

Proučavanje tablica 1 i 2 otkriva da su u 2019. godini 83% dolazaka ostvarili međunarodni turisti. Međutim, taj se postotak u samo dvije godine smanjio za 10%. Dodatno, strani turisti činili su 74% ukupnih noćenja u 2019., ali je ta brojka pala na 61% u 2021. Ova statistika sugerira da je pandemija negativno utjecala na globalni turizam, ali je znatno pomogla rastu domaćeg turizma u Republici Hrvatskoj. Hrvatska. U 2020. godini zabilježen je značajan pad turističkih dolazaka, ponajviše zbog pandemije Covid-19, što nije bilo iznenađujuće. Međutim, došlo je do određenog poboljšanja u 2021. u usporedbi s prethodnom godinom. Unatoč tome, broj dolazaka i noćenja još uvijek je tek nešto veći od 50% u odnosu na rekordnu 2019. godinu (Izvješće o izvršenju programa rada za 2022. Godinu, 2024).

U 2023. godini ukupno je zabilježeno 94.978 noćenja, od čega se 77.869 odnosi na turistička noćenja. Ove brojke pokazuju značajan rast od 28,76% u dolascima turista i impresivnih 20,29% porast u turističkim noćenjima u usporedbi sa statistikom iz prethodne, 2022. godine. U gradu Karlovcu je u 2023. godini zabilježeno 345.613 dolazaka turista, od toga, 44.515 dolazaka domaćih turista te 301.098 dolazaka stranih turista.

Tablica 1. Prikaz dolazaka domaćih i stranih turista u razdoblju od 2020 - 2022. godine

Dolasci	Domaći turisti	Strani turisti
2019	33.727	330.790
2020.	31.101	70.760
2021.	49.505	170.353
2022.	45.308	247.557
2023.	44.515	301.098

Izvor: samostalna obrada autorice

Tablica 2. Prikaz noćenja domaćih i stranih turista u razdoblju od 2020 - 2023. godine

Noćenja	Domaći turisti	Strani turisti
2019	21618	61502
2020.	20656	23982
2021.	22558	35268
2022.	25479	55539
2023.	27863	67115

Izvor: *samostalna obrada autorice*

U odnosu na rekordnu 2019. godinu, Karlovac je zabilježio rast od 6,75% turističkih noćenja. Najviše posjetitelja u 2021. bilo je iz Njemačke, Poljske, Češke, Austrije i Italije. Riječ je o pomaku u odnosu na 2019. godinu kada su najčešći posjetitelji bili iz Republike Koreje, Poljske, Njemačke, Češke i Italije. Jasno je da je pandemija Covid-19 značajno utjecala na karlovačku turističku industriju, što je rezultiralo gubitkom glavnog tržišta - Republike Koreje, koja je činila 25% dolazaka u 2019. godini. Vrijedi istaknuti da je Karlovac lako dostupan sva tržišta cestovnim prometom. Gotovo 80% svih turističkih noćenja ostvarili su strani turisti iz Njemačke, Južne Koreje, Poljske, Češke i Austrije. Raznovrsne gradske atrakcije, cjelogodišnji sadržaji, ponuda aktivnih odmora lokalnih agencija, ukusna domaća kuhinja te tematske ture s brojnim događanjima privlače sve veći broj turista i dnevnih posjetitelja da upoznaju Karlovac kao zanimljivu destinaciju tijekom cijele godine. I u 2022. Turističko informativni centar TZ u Karlovcu bilježi rast posjeta. Zanimljivo je da su većinu posjetitelja TIC-a, više od 80 posto, činili stranci iz Njemačke, Francuske, Italije, Nizozemske i Belgije. S druge strane, domaći gosti nastoje prikupiti informacije o Karlovcu prije dolaska putem izravne komunikacije s TZ grada ili korištenjem dostupnih digitalnih kanala. Zahvaljujući izvrsnoj suradnji i redovitoj komunikaciji sa svim dionicima gradskog turizma, omogućili smo našim posjetiteljima da promotivne materijale o destinaciji imaju ne samo u TIC-u nego i na raznim lokacijama koje posjećuju (Izvješće o izvršenju programa rada za 2022. godinu, 2024).

Unatoč činjenici da je u prethodnoj godini zabilježen rast broja posjetitelja i trajanja njihovih boravaka, impresivna ukupna ocjena Karlovca kao vrhunske turističke destinacije ostala je konstantno visoka i iznosi impresivnih 90,1%. Ova izvanredna ocjena temelji se na opsežnom uzorku pregleda od gotovo 7500 pojedinaca. Značajno je da su atrakcije i

mogućnosti privatnog smještaja u Karlovcu dobile najviše pohvale ovih probirljivih putnika.

2.2. Kvalitativna analiza manifestacija grada Karlovca

U slučaju Karlovca, grad proširuje svoju turističku ponudu održavanjem brojnih događanja i manifestacija tijekom cijele godine. Među njima je najpoznatiji i najposjećeniji festival Dani piva, uz Advent, paljenje ivanjskog krijesa i Zvezdano ljeto koje kulminira Rođendanskim balom i velikom proslavom (Visit Karlovac, Events).

Dani piva, najdugovječniji gastronomski i pivski festival u Hrvatskoj, osnovan je 1984. godine i od tada privlači sve veći broj ljubitelja piva, a posjećenost doseže nekoliko desetaka tisuća posjetitelja godišnje. Festival se održava u centru grada, točnije na Korzu, dok se ostatak Karlovca pretvara u jedinstvenu festivalsku zonu (Dani piva, O danima piva). Zaključno, društvena događanja imaju veliku važnost u turističkom sektoru jer povećavaju privlačnost destinacije i potiču povećanu potrošnju posjetitelja. Prepoznavši to, Karlovac je u svoju turističku ponudu uspješno uvrstio razna događanja i manifestacije od kojih su najzapaženiji i najposjećeniji Dani piva i Zvezdano ljeto. Ova događanja ne samo da privlače veliki broj posjetitelja, već pridonose i ukupnom kulturnom obogaćivanju grada, čineći ga živahnom i privlačnom turističkom destinacijom. S obzirom da je utvrđeno da društvena događanja značajno pridonose turističkoj privredi grada, važno ih je posebno analizirati. Ovi događaji igraju ključnu ulogu u povećanju privlačnosti turističke destinacije, bilo da se radi o gradu, regiji ili državi, te uvelike poboljšavaju cjelokupno iskustvo posjetitelja, što dovodi do povećane potrošnje.

Društvena događanja mogu se svrstati u različite vrste, uključujući kulturno-umjetničke, folklorne, viteške i povijesne igre, sportske, zabavne, poslovne i kongresne skupove. Iako se ti događaji ne organiziraju isključivo u turističke svrhe, turizam značajno utječe na njihov opseg, kvalitetu i značaj. Naime, događanja i kulturne institucije imaju obostrano koristan odnos, budući da događanja povećavaju atraktivnost destinacije i posljedično povećavaju potrošnju potrošača. Još jedna značajna manifestacija u Karlovcu je Zvezdano ljeto, trodnevno razdoblje ispunjeno mnoštvom događanja, koncerata i festivala. Ovaj godišnji događaj održava se od kraja lipnja do 13. srpnja i završava rođendanskim balom i velikom proslavom u čast osnutka grada. Neka od najzanimljivijih događanja u ovom razdoblju su Međunarodna smotra folklora, Međunarodni mačevalački turnir, Smjena straže, Okusi svijeta 27 - s radionicama i gastronomskim užicima te Susret povijesnih postrojbi i

ostalo. Kulminaciju Zvezdanog ljeta 13. srpnja obilježava valcer koji se pleše na glavnom Trgu bana Jelačića, gdje u fešti sudjeluju parovi koji simboliziraju starost grada. Proslava završava koncertom renomiranih izvođača domaće glazbene scene (Visit Karlovac, Zvezdano ljetno).

Iako je većina društvenih događanja tijekom cijele godine prvenstveno usmjerena na lokalno stanovništvo, nekoliko je zapaženih događanja u Karlovcu koja značajno doprinose turističkom doživljaju. Ova događanja uključuju Karlovačke dane piva, Karlstadt festival, Ivanjski krijes, Proljetnu promenadu, Rođendanski bal, Međunarodnu smotru folkloru i Sajam dvorca Dubovac. Među njima posebnu važnost imaju Karlovački dani piva koji privlače širok krug turista, ne samo iz domaćeg kraja već i iz ostalih dijelova Karlovačke županije. Ovaj događaj duboko je ukorijenjen u dugogodišnju pivarsku tradiciju Karlovca i nudi dinamično i zadržavajuće iskustvo koje privlači posjetitelje iz cijelog svijeta

Još jedna značajna manifestacija u Karlovcu je *Ivanjski krijes*, koji je tradicija duga još od 17. stoljeća. U organizaciji Turističke zajednice grada Karlovca u suradnji s gradskim četvrtima Banija i Gaza, ova manifestacija svake godine privuče oko 10.000 posjetitelja. Krijes se pali uoči Ivanja, a služi kao simbolično i kulturno okupljanje koje prikazuje bogatu baštinu ovog kraja. Rođendanski bal, koji od 2010. godine organizira Udruga klub Promenada, održava se 13. srpnja, uz rođendan grada Karlovca. Ovaj bal privlači plesne parove koji se prijave unaprijed, a broj parova jednak je dobi grada. Primjerice, 2010. godine na manifestaciji je sudjelovao 431 plesni par. Uz bal, cjelokupan doživljaj upotpunjuje kulturno-zabavni program s bogatom gastronomskom ponudom. Zaključno, dok se Karlovac društvenim događanjima primarno brine za lokalno stanovništvo, nekoliko je prigoda koje značajno doprinose turističkoj industriji grada. Karlovački dani piva, Ivanjski krijes, Proljetna promenada, Sajam dvorca Dubovac, Rođendanski bal, Međunarodna smotra folkloru i Karlstadt festival nude raznolika i zadržavajuća iskustva koja privlače domaće i strane posjetitelje. Ovi događaji, svaki sa svojim jedinstvenim šarmom i kulturnim značajem, igraju ključnu ulogu u promicanju Karlovca kao živahne i uzbudljive turističke destinacije (Strategija razvoja turizma grada Karlovca 2012 – 2020, 2024).

Proljetne šetnice, koje je 2002. godine pokrenula Turistička zajednica grada Karlovca, posjetiteljima pružaju ugodan doživljaj. Ove šetnice, koje se održavaju četiri puta tijekom travnja i svibnja, privlače oko 500 posjetitelja po događaju. Kulturno-zabavni program koji se odvija na popularnoj Promenadi namijenjen je obiteljima s djecom, pružajući ugodnu i ugodnu atmosferu za sve. *Sajam dvorca Dubovac*, relativno novi dodatak karlovačkom

kalendaru događanja, održava se od 2005. godine. Prve godine sajam je, prema procjeni organizatora, ugostio 15.000 posjetitelja. Sajam obuhvaća razne aktivnosti i radionice prilagođene grupnim i individualnim posjetiteljima, te nudi raznolik program prilagođen različitim interesima. Na kraju, *Karlstadt Festival*, koji od 2007. godine koordinira Turistička zajednica grada Karlovca, obuhvaća niz događanja i festivala koji se održavaju od Ivanjskog krijesa do Karlovačkih dana piva. Ovaj festival služi kao jedinstvena promotivna platforma za predstavljanje različitih događanja na nacionalnoj razini, s ciljem privlačenja posjetitelja iz cijele zemlje. *Karlovački dani piva* stekli su međunarodnu afirmaciju i etablirali se kao značajna turistička atrakcija. U 2007. godini Turistička zajednica grada Karlovca provela je brojanje posjetitelja tijekom manifestacije, procjenjujući da je u desetodnevnom trajanju manifestacije bilo ukupno 279.654 posjetitelja. Slično, 2011. godine ista je organizacija procijenila da je događaju tijekom 8 dana prisustvovalo oko 200.000 posjetitelja. Ove brojke jasno govore o golemoj popularnosti i privlačnosti Karlovačkih dana piva (Izvješće o manifestaciji 21. Karlovački dani piva 2007. godine, 2024).

2.3. SWOT analiza

U nastavku rada prikazuje se SWOT analiza turističkih manifestacija grada Karlovca. SWOT analiza je ključni alat u poslovnom svijetu koji omogućuje organizacijama da razumiju svoje unutarnje snage i slabosti, kao i vanjske prilike i prijetnje. Podaci korišteni u SWOT analizi preuzeti su s službenih stranica Turističke zajednice grada Karlovca. Ova analiza pruža dublji uvid u snage, slabosti, prilike i prijetnje koje utječu na turistički sektor u Karlovcu. Prema informacijama s tih stranica, istraženi su ključni faktori koji oblikuju turističku industriju u gradu, što omogućuje bolje razumijevanje trenutnog stanja i potencijalnih smjerova razvoja.

Tablica 3. SWOT analiza turističkih manifestacija grada Karlovca

SNAGE	SLABOSTI
- sponzorstva	- neobnovljena stara gradska jezgra
- publicitet	-nedovoljno raznovrsna gastronomska ponuda
- preporuke obitelji i prijateljima,	- premalo parkirališnih mjesta
- dijeljenje doživljaja na društvene mreže	- manjak javnih WC-a
- povećanje zaposlenosti	

- pozitivan imidž	- nekorištenje svih potencijala oglašavanja
PRILIKE - povoljna lokacija - kulturno-povijesna baština - prirodne ljepote - jedinstven sadržaj - ljubaznost domicilnog stanovništva	PRIJETNJE - moguća pojava lošeg vremena - moguće neprimjereno ponašanje posjetitelja - konkurencija ostalih manifestacija sličnog sadržaja - zasićenost sadržajem

Izvor: *samostalna obrada autorice*

Snage i prijetnje igraju ključnu ulogu u oblikovanju ishoda raznih događaja i okupljanja. Ti vanjski čimbenici mogu značajno utjecati na uspjeh ili neuspjeh događaja. Bez sumnje, pandemija COVID-19 predstavljala je neviđenu prijetnju organizaciji događanja u cijelom svijetu, pa ni Karlovac nije bio iznimka. U 2020. brojna su događanja morala prilagoditi svoj sadržaj potrebnim epidemiološkim mjerama, dok su neka događanja, poput Dana piva, u potpunosti otkazana. Čak su i događaji koji su se dogodili svjedočili značajnom smanjenju posjećenosti zbog zatvaranja državnih granica i provedbe ograničenja putovanja kako bi se ublažilo širenje virusa. Mnogi su pojedinci odlučili ostanu u sigurnosti svojih domova kako bi smanjili rizik od infekcije. Kako bi prebrodili ova izazovna vremena, događaji su pribjegli virtualnim platformama, poput internetskih koncerata i predstava, sve dok se dovoljan broj ljudi ne cijepi, što je dovelo do kolektivnog imuniteta i konačno do kraja pandemije. Konkurentska događanja sličnog sadržaja jedna su od najvećih prijetnji karlovačkim manifestacijama, a primjer je Advent u Karlovcu. Danas gotovo svaki veći grad ima svoju verziju Adventa, pa je za Karlovac ključno razvijati jedinstvene i istaknute sadržaje kako bi se razlikovao od drugih gradova, kako unutar tako i izvan zemlje. Isto tako, karlovačke manifestacije trebaju svake godine svojim posjetiteljima ponuditi nešto svježije i inovativno kako bi se izbjeglo sadržajno zasićenje i spriječio pad posjećenosti. Međutim, važno je napomenuti da se na prilike može utjecati, barem donekle, korištenjem određenih sila. Primjerice, sponzorstva, publicitet i promocija u lokalnim i državnim medijima mogu uvelike pridonijeti privlačenju većeg broja posjetitelja na događaj. Štoviše, ako posjetitelji imaju pozitivno iskustvo i ako su njihova očekivanja ispunjena, velika je vjerojatnost da će događaj preporučiti svojim najdražima ili podijeliti svoja iskustva na platformama društvenih medija. Ova pozitivna usmena predaja može dodatno poboljšati ugled događaja i privući više posjetitelja. Osim toga, organiziranje događanja također dovodi do otvaranja radnih mjesta,

čime se pridonosi gospodarskom rastu kako destinacije tako i zemlje u cjelini. S druge strane, prijetnje su općenito izvan naše kontrole. Međutim, oni se mogu predvidjeti i unaprijed se mogu pripremiti za ublažavanje njihovog utjecaja. Druga značajna prijetnja je neprimjereno ponašanje sudionika, često kao posljedica prekomjerne konzumacije alkohola. U takvim slučajevima postaje nužna intervencija organa reda i mira kako bi se osigurao javni red i mir.

Prilike su pozitivni aspekti koji postoje unutar organizacije događaja i na koje se može utjecati. Pri ispitivanju prednosti događanja u Karlovcu, važno je identificirati područja u kojima su ti događaji najbolji i nadmašuju druge u konkurentskim destinacijama. Jedna značajna prednost je povoljan položaj grada, koji se može pohvaliti jakim prometnim vezama sa Zagrebom (glavnim gradom Hrvatske), jadranskom obalom i susjednim zemljama poput Slovenije i Bosne i Hercegovine. Ovakva pristupačnost omogućuje veći broj posjetitelja s ovih prostora. Još jedna značajna prednost su prirodne ljepote koje okružuju karlovačka događanja, uključujući rijeke Koranu i Kupu, kao i slikovite parkove „zelenog prstena“ i Koranski park. Ono što zaista izdvaja karlovačke manifestacije od ostalih je njihova posebnost, a posebno dokazuje manifestacija Ivanjski krijes star 240 godina te „Dani piva“, najstarija i najveća pivska manifestacija u Hrvatskoj. Iako ovo naslijeđe predstavlja snagu, može se promatrati i kao slabost zbog prisutnosti uništenih i zapuštenih zgrada u središtu Zvijezde, koje godinama stvaraju negativnu percepciju grada. Nadalje, potrebno je povećati broj štandova i adventskih kućica s gastronomskom ponudom kako bi se povećala raznolikost i bogatstvo događanja.

U poglavlju se opisuju kvantitativni i kvalitativni pokazatelji turističkog stanja grada Karlovca, kao i SWOT analiza turističkih manifestacija. Analiza pokazuje da je Karlovac tranzitna destinacija s prosječnim zadržavanjem turista od 2,16 dana. Broj dolazaka i noćenja turista bilježi rast u 2023. godini, pri čemu dominiraju strani turisti. Kvalitativna analiza manifestacija ističe važne događaje poput Dana piva i Zvezdanog ljeta te njihovu ulogu u turističkom privlačenju. SWOT analiza identificira snage kao što su povoljna lokacija i kulturna baština, ali i slabosti poput neobnovljene stare gradske jezgre. Također, analizira se utjecaj prilika poput sponzorstava i prijetnji kao što su loše vrijeme i konkurencija drugih manifestacija. U cjelini, Karlovac ima bogatu ponudu manifestacija, ali se suočava s izazovima koje treba pažljivo upravljati radi održavanja i unapređenja turističkog sektora.

Iduće poglavlje donosi analizu istraživanja o zadovoljstvu stanovništva i turista prema organizacijskim elementima na području grada Karlovca.

3. Analiza istraživanja o zadovoljstvu stanovništva i turista prema organizacijskim elementima

U ovom poglavlju interpretiraju se i navode rezultati istraživanja o zadovoljstvu stanovništva i turista organizacijskim elementima gastronomskih manifestacija na području grada Karlovca. Ova analiza ima za cilj pružiti uvid u percepciju stanovnika i posjetitelja o kvaliteti i organizaciji gastronomskih manifestacija u gradu. Istraživanje je provedeno kako bi se bolje razumjelo mišljenje javnosti i identificirale potencijalne prilike za poboljšanje gastronomske scene i organizacije događaja u Karlovcu. Kroz analizu prikupljenih podataka, nastojat će se identificirati ključne točke zadovoljstva i potencijalne izazove s kojima se susreću organizatori gastronomskih događanja. U nastavku će biti predstavljeni ključni rezultati istraživanja koji će pružiti korisne uvide u percepciju javnosti o gastronomskim manifestacijama u gradu Karlovcu.

3.1. Opis uzorka

U ovom istraživanju korištene su prikupljanja podataka putem anonimne ankete. Anketni upitnik sastojao se od strukturiranih pitanja koja su se odnosila na različite aspekte gastronomskih manifestacija u gradu Karlovcu. Ispitanici su odgovarali na pitanja putem unaprijed formiranog internetskog obrasca.

U anketi je sudjelovalo ukupno 86 ispitanika. Anketa se provodila u vremenskom razdoblju od 29.02.2024 – 23.03.2024. Uzorak obuhvaća raznoliku demografsku skupinu ispitanika, s različitim dobnim skupinama i radnim statusima. Uzorak ispitanika je slučajna, odnosno ispitanici su odabrani nasumično iz populacije koja se istraživala.

3.2. Rezultati

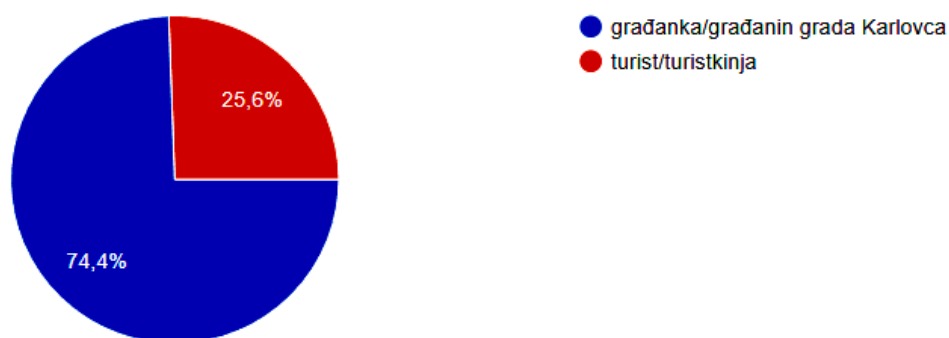
U ovom potpoglavlju prikazuju se rezultati provedenog anketnog istraživanja.

Tablica 4. Sociodemografski podaci o ispitanicima			
KARAKTERISTIKE		UKUPNO ISPITANIKA	POSTOTAK
SPOL	Muško	25	29,1%
	Žensko	61	70,9%
DOB	DO 18 godina	3	3,5%
	18 do 25 godina	31	36%
	26 do 35 godina	15	17,4%
	36 do 50 godina	22	25,6%
	51 do 65 godina	12	14%
	Više od 65 godina	3	3,5%
RADNI STATUS	Zaposlen / samozaposlen	57	66,3%
	Nezaposlen	1	1,2%
	Učenik/student	22	25,6%
	U mirovini	6	7%

Analizirajući podatke iz tablice 4. o spolu, dobnoj skupini i završenom obrazovanju ispitanika, dolazimo do nekoliko značajnih spoznaja. Prvo, primjećuje se gotovo ravnomjerna raspodjela između muškaraca i žena, pri čemu žene čine nešto veći udio među ispitanicima.

Kada je riječ o dobnoj skupini, najzastupljenija skupina su mladi između 18 i 25 godina, što sugerira da je populacija sudionika istraživanja većinom mlada. Kada je riječ o obrazovanju, većina ispitanika su zaposleni ili samozaposleni te učenici ili studenti, dok je manji udio ispitanika u mirovini.

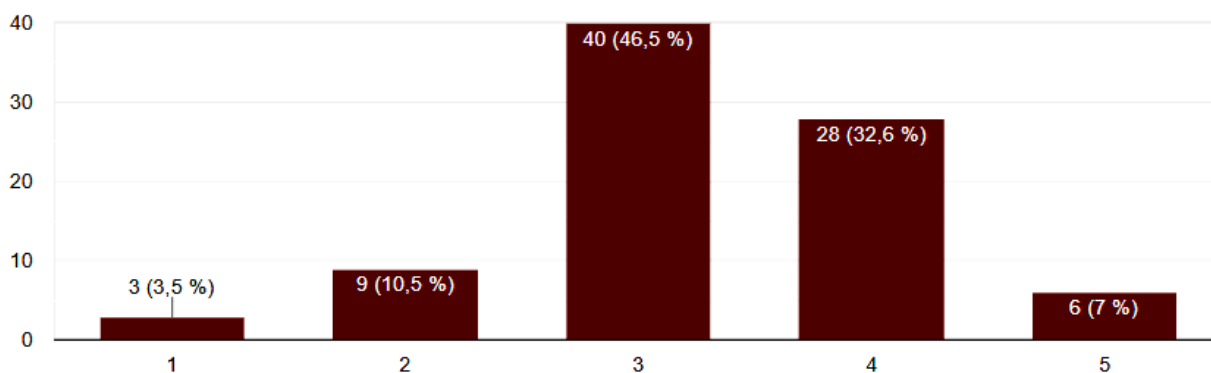
Grafikon 1. Svojstvo ispitanika



Izvor: samostalna obrada autorice

Prema rezultatima grafikona 1. ispitanici su uglavnom građani i građanke grada Karlovca (74,4%), dok manji dio čine turisti i turistkinje (25,6%) koji posjećuju grad.

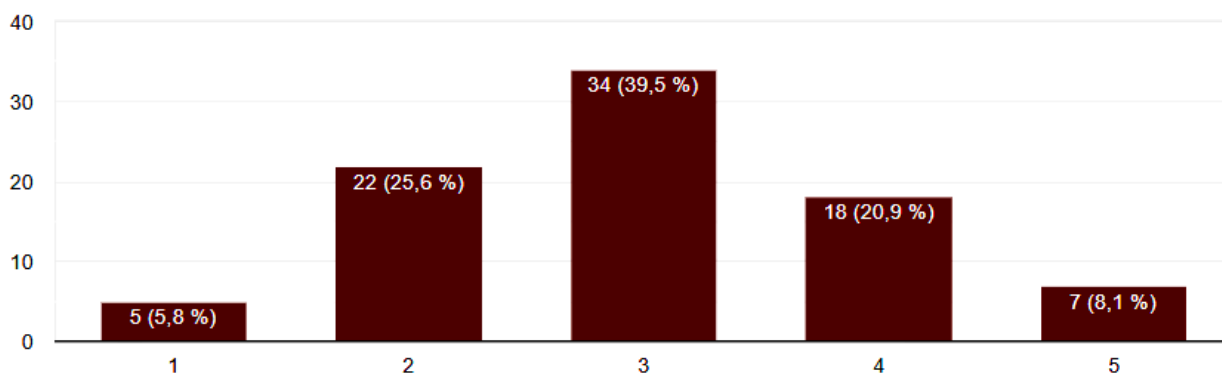
Grafikon 2. Zadovoljstvo trenutnom podnom gastronomskih manifestacija



Izvor: samostalna obrada autorice

Prema grafikonu 2. vidljivo je da većina ispitanika daje ocjene uglavnom u rasponu od 3 do 4, što ukazuje na umjereno zadovoljstvo kvalitetom ugostiteljske ponude u gradu Karlovcu.

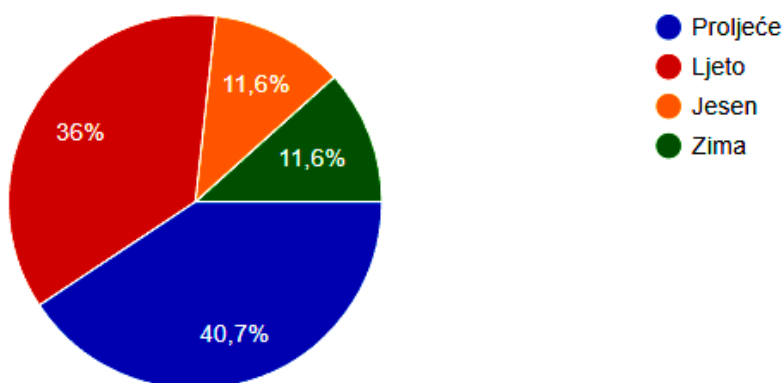
Grafikon 3. Zadovoljstvo brojem gastronomskih manifestacija tijekom godine



Izvor: samostalna obrada autorice

Grafikon 3. pokazuje raznolika mišljenja među ispitanicima u vezi s kvalitetom ugostiteljske ponude u gradu Karlovcu. Iako većina ispitanika daje ocjene u rasponu od 3 do 4, što ukazuje na umjereno zadovoljstvo, postoje i oni koji su dali ocjene niže od toga, dok su neki izrazili visoku razinu zadovoljstva dajući ocjene 5.

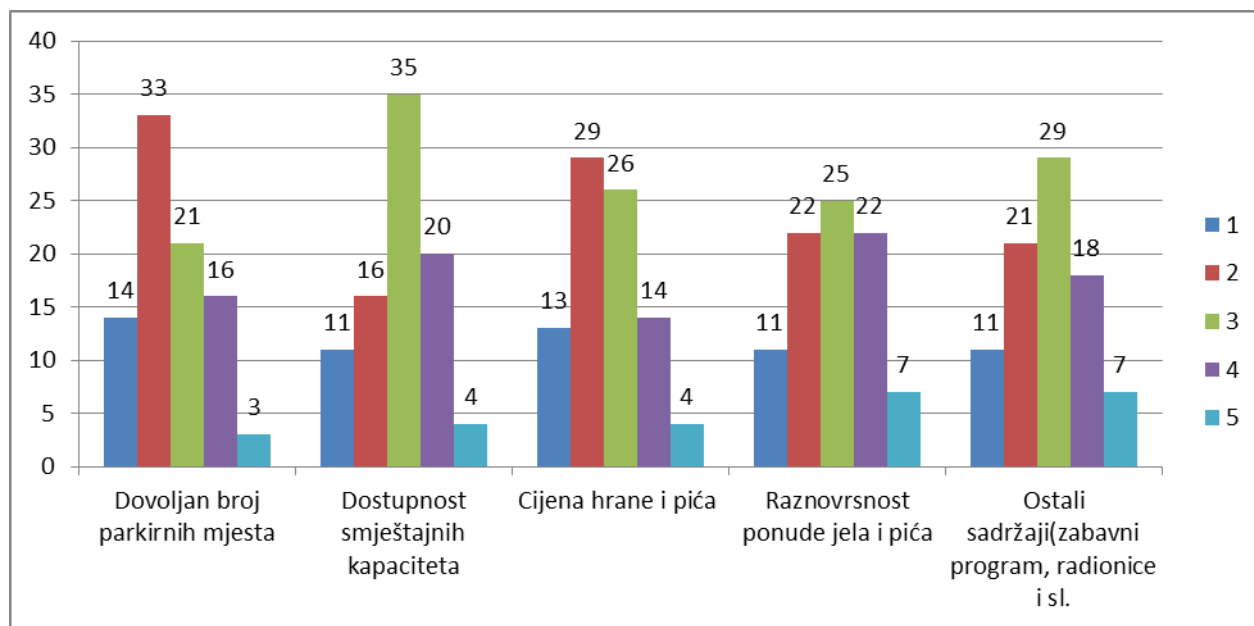
Grafikon 4. Period kada bi se trebao povećati broj gastronomskih manifestacija



Izvor: samostalna obrada autorice

Grafikon 4. pokazuje da ispitanici preferiraju proljeće (40,7%) kao godišnje doba kada bi se trebao povećati broj gastronomskih manifestacija. Nadalje, 36% ispitanika smatra da bi to trebalo biti ljeto, dok podjednak broj smatra da bi to trebala biti jesen i zima (11,6%).

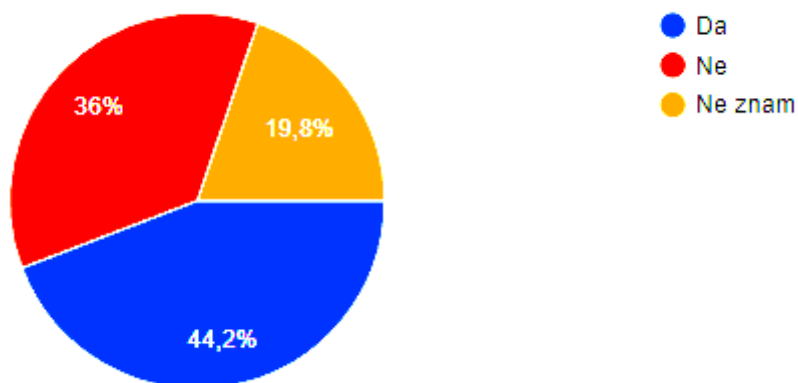
Grafikon 5. Zadovoljstvo ispitanika prema odabranim elementima



Izvor: samostalna obrada autorice

Na temelju rezultata u grafikonu 5., za opciju „Dovoljan broj parkirnih mjesta“ najveći broj ispitanika se ne slaže s navedenom tvrdnjom (33%), zatim niti se slaže niti se ne slaže (21%). Samo 3% ispitanika smatraju da ima dovoljno parkirnih mjesta, odnosno u potpunosti se slažu. Zatim, kategorija „Dostupnost smještajnih kapaciteta“, najveći broj ispitanika se niti slaže niti ne slaže (35%), dok se 20% ispitanika slaže, a 16% ne slaže. Kategorija „Cijena hrane i pića“, približan broj ispitanika se niti slaže niti ne slaže s cijeom hrane i pića (29%), dok se 26% ispitanika slaže sa cijenom. 4% ih se u potpunosti slaže, dok ih se 13% u potpunosti ne slaže. Po pitanju „Raznovrsnosti ponude jela i pića“ 25 % ispitanik se niti slaže niti ne slaže s navedenim, dok ih se podjednak broja slaže i ne slaže (22%). I po pitanju ostalih sadržaja, 29% ispitanika se niti slaže niti ne slaže, a 21% ispitanika se ne slaže s navedenim.

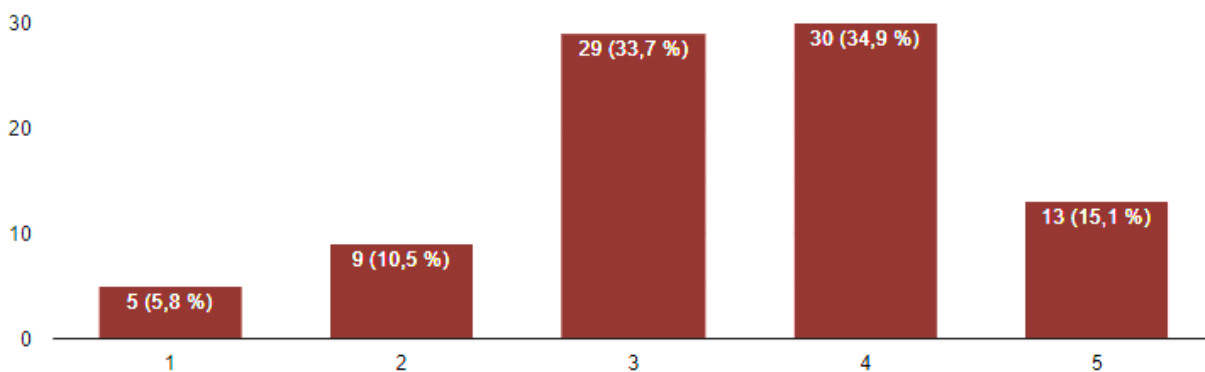
Grafikon 6. Smatrate li da svaka dobna skupina ima interesnu manifestaciju? Dobna skupina za interes oko manifestacija



Izvor: samostalna obrada autorice

Grafikon 6. pokazuje da ispitanici smatraju da svaka dobna skupina ima interesnu manifestaciju (44,2%), dok 36% smatra da nemaju sve dobne skupine interes za manifestacije.

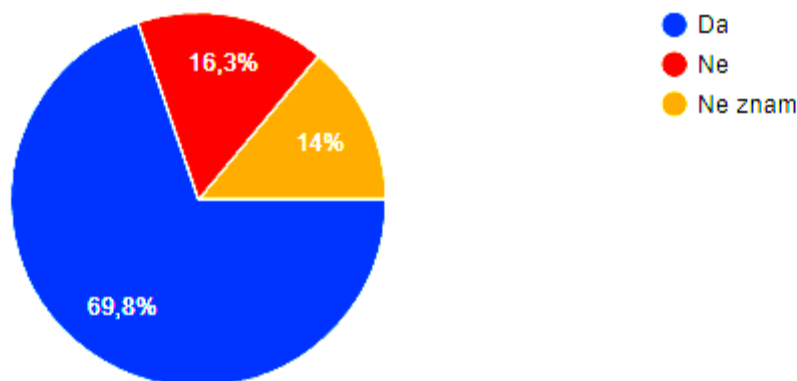
Grafikon 7. Dostupnost informacija o manifestacijama



Izvor: samostalna obrada autorice

Prema grafikonu 7. najviše ispitanika smatra da su informacije dostupne i ocjenjuje sa ocjenom 4 (34,9%). 33,7% ispitanika navedeno ocjenjuje sa ocjenom 3.

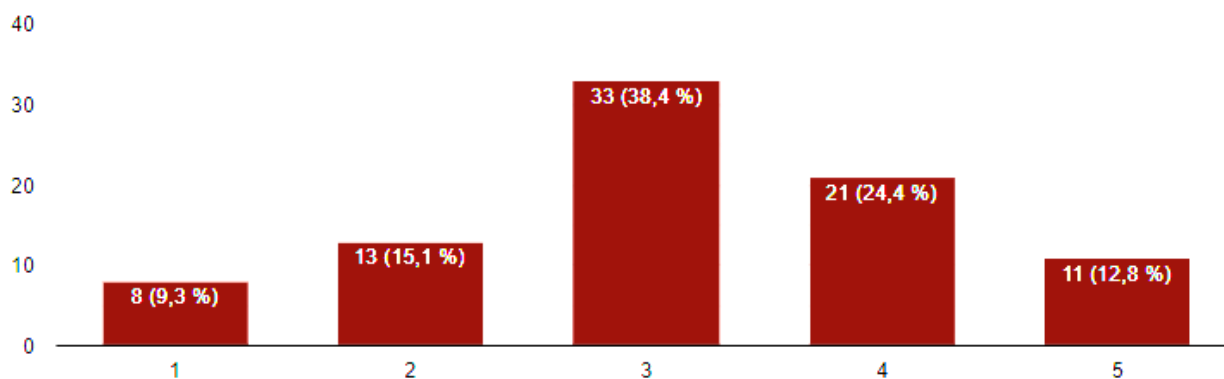
Grafikon 8. Produljenje manifestacija



Izvor: samostalna obrada autorice

Prema rezultatima grafikona 8., najveći broj ispitanika smatra da bi trebalo produljiti trajanje manifestacija (69,8%), dok ih 16,3% smatra da ne treba.

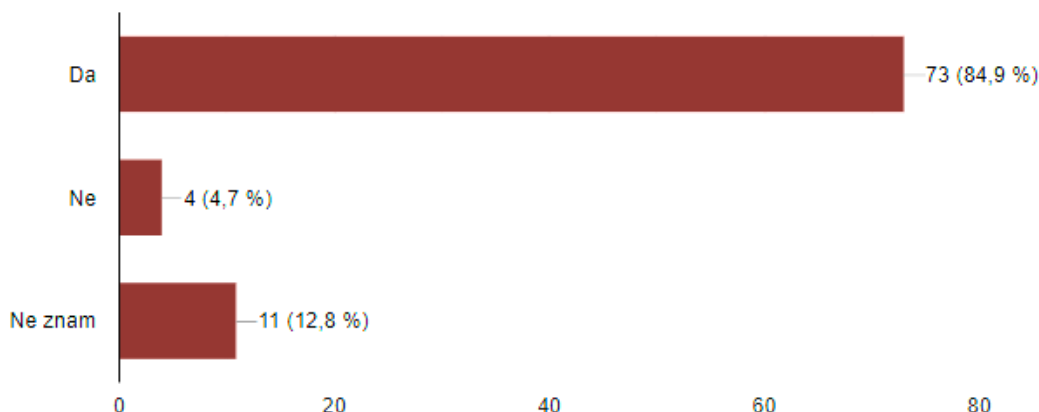
Grafikon 9. Održavanje manifestacija na adekvatnim područjima (da se ne stvaraju gužve)



Izvor: samostalna obrada autorice

Prema rezultatima grafikona 9. na temelju rezultata ankete, većina ispitanika ocjenjuje da se gastronomske manifestacije održavaju na adekvatnom području gdje se ne stvaraju velike gužve. Čak 54% ispitanika daje ocjenu 4 ili 5, što ukazuje na to da smatraju da je područje dovoljno prostrano da se izbjegnu gužve. S druge strane, 24% ispitanika daje ocjenu 3, što može značiti da smatraju da se područje može poboljšati kako bi se bolje nosilo s gužvama, ali da trenutno nije toliko loše. Manji postotak ispitanika, njih 22%, daje ocjene od 1 do 2, što može ukazivati na to da su nezadovoljni veličinom područja i smatraju da se na tim manifestacijama često stvaraju velike gužve.

Grafikon 10. Preporuka manifestacija prijateljima/poznancima



Izvor: samostalna obrada autorice

Grafikon 10. pokazuje da većina ispitanika izražava namjeru preporučiti posjećene manifestacije svojim prijateljima. Čak 84,9 % ispitanika odgovorilo je s "Da", dok 12,8 % nije sigurno ili ne zna. Samo 7% ispitanika izrazilo je negativan stav prema preporučivanju manifestacija svojim prijateljima. Ovi rezultati sugeriraju da većina posjetitelja pozitivno doživljava manifestacije i smatra ih vrijednima preporuke drugima.

Nadalje, na pitanje koja je gastronomska manifestacija najbolje organizirana, najveći broj ispitanika ističe da su to "Dani piva" i "Štrudlafest". Iz rezultata ankete se također ističu i neke druge gastronomske manifestacije poput "Adventa", koji je popularan zbog božićne atmosfere i raznovrsne ponude hrane i pića, te "Dani vina Vivodina", koji vjerojatno privlače ljubitelje vina svojom ponudom vrhunskih vinskih sorti i dodatnim programima.

Na pitanje o prijedlozima za unapređenje u organiziranju gastronomskih manifestacija ispitanici navode da je važno naglasiti potrebu za većim fokusom na autentičnim lokalnim specijalitetima. Posjetitelji traže iskustvo koje će ih povezati s lokalnom kulturom i tradicijom. Stoga, organizatori trebaju poticati sudjelovanje domaćih OPG-ova i ugostitelja te promovirati tradicionalna jela koja karakteriziraju karlovačku gastronomiju.

Također, kako bi se manifestacije razlikovale od drugih sličnih događanja, ključno je poboljšati kvalitetu glazbenog programa i zabavnih sadržaja. Raznovrsni glazbeni nastupi, kulturni programi i interaktivne radionice mogu dodatno obogatiti posjetiteljsko iskustvo i privući širu publiku.

Povećanje broja manifestacija tijekom cijele godine također bi moglo doprinijeti dinamici kulturnog života grada. Osim tradicionalnih manifestacija poput Dana piva i adventskih sajмова, organizacija novih događanja temeljenih na različitim temama ili sezonskim proizvodima mogla bi osigurati kontinuiranu aktivnost i interes publike.

Nadalje, ističu da bi se osiguralo zadovoljstvo posjetitelja, važno je obratiti pažnju na praktične aspekte poput dostupnosti parkirnih mjesta i pristupačnosti prostora održavanja. Veći broj parkirnih mjesta i bolja prometna organizacija mogli bi smanjiti gužve i olakšati pristup manifestacijama. Nadalje, promidžba igra ključnu ulogu u privlačenju publike. Kontinuirano promoviranje manifestacija putem različitih kanala komunikacije te suradnja s lokalnim medijima mogli bi povećati svijest o događanjima i privući veći broj posjetitelja.

U konačnici, uspjeh gastronomskih manifestacija u Karlovcu ovisi o kombinaciji autentičnosti, kvalitete, raznolikosti i praktičnih aspekata organizacije.

4. Prijedlozi za unapređenje

U svrhu daljnjeg unapređenja kulturne scene i turističke atraktivnosti grada Karlovca, važno je identificirati i predložiti konkretne mjere za poboljšanje organizacijskih elemenata manifestacija. U ovom poglavlju pružit će se pregled ključnih područja za intervenciju te naglasiti važnost kontinuiranog razvoja i inovacija u organizaciji kulturnih događaja. Osim toga, naglasak će biti stavljen na potrebu za transparentnošću, inkluzivnošću te usmjeravanjem na potrebe i interese lokalne zajednice kako bi se osiguralo da manifestacije odražavaju autentičnost i bogatstvo kulturnog nasljeđa grada.

4.1. Prijedlozi za unapređenje organizacijskih elemenata manifestacija grada Karlovca

Unapređenje organizacijskih elemenata manifestacija grada Karlovca predstavlja ključni korak prema stvaranju dinamične i atraktivne kulturne scene te jačanju identiteta grada. Kroz bolje planiranje, implementaciju inovativnih programa i aktivnu promociju, manifestacije mogu postati ne samo lokalno, već i regionalno i nacionalno prepoznatljive. U nastavku se navode i ukratko objašnjavaju mogući prijedlozi za unapređenje:

1. **Planiranje i koordinacija:** Organizacija tematskih događanja poput Karlovačkog ljeta ili Karlovačkih dana piva mogla bi uključiti istraživanje preferencija posjetitelja putem anketa ili fokus grupa kako bi se program prilagodio njihovim interesima. Koordinacija između organizacijskih timova, gradskih službi i lokalnih udruga trebala bi biti usklađena kako bi se osigurala učinkovita provedba događanja.
2. **Komunikacija:** Organizatori mogu poboljšati komunikaciju putem društvenih mreža, lokalnih medija i web stranica. Redovito objavljivanje informacija o programu, posebnim gostima, radionicama i aktivnostima može povećati svijest o događanjima i privući veći broj posjetitelja.
3. **Diversifikacija programa:** Manifestacije bi trebale uključivati raznolike aktivnosti kako bi privukle različite skupine posjetitelja. Primjerice, osim koncerata i kulturnih događanja, mogli bi se organizirati sportski turniri, dječje radionice, tematske izložbe ili gastro festivali koji nude raznovrsnu zabavu za sve generacije.
4. **Partnerstva i sponzorstva:** Grad Karlovac mogao bi uspostaviti partnerstva s

lokalnim tvrtkama, turističkim agencijama i kulturnim udrugama kako bi podržao organizaciju manifestacija. Sponzorstva bi mogla osigurati financijsku podršku, promociju događanja te dodatne sadržaje poput poklon bonova, popusta i nagradnih igara za posjetitelje.

5. **Pristupačnost:** Organizatori bi trebali osigurati pristupačnost lokacija i aktivnosti za sve posjetitelje, uključujući osobe s invaliditetom, obitelji s djecom i starije osobe. To uključuje prilagodbu prostora, osiguranje rampi za invalidska kolica, dječjih igrališta te dovoljno sjedećih mjesta za odmor.
6. **Održivost:** Grad Karlovac mogao bi promicati održive prakse na manifestacijama, poput korištenja biorazgradivih materijala za ambalažu, postavljanje spremnika za razvrstavanje otpada te poticanje sudionika da koriste javni prijevoz ili bicikl umjesto individualnih automobila.
7. **Evaluacija i povratne informacije:** Nakon svake manifestacije trebalo bi provesti evaluaciju putem anketa ili intervjua s posjetiteljima kako bi se prikupile povratne informacije o njihovom iskustvu i zadovoljstvu. Te informacije mogu biti korisne za identifikaciju snaga i slabosti događanja te za poboljšanje organizacije u budućnosti.

Primjena ovih primjera može unaprijediti organizaciju manifestacija u gradu Karlovcu, privući veći broj posjetitelja te poboljšati njihovo iskustvo i zadovoljstvo.

Zaključak

Suvremeni trendovi u gastronomskom turizmu naglašavaju aktivno uključivanje posjetitelja u stvaranje osjetilnih i emocionalnih iskustava, što je posebno vidljivo kroz organizaciju gastronomskih festivala. Ovaj rad pružio je uvid u specifičnosti organizacije gastronomskih manifestacija u gradu Karlovcu, ističući njihovu važnost u kontekstu turističkog razvoja. Kroz analizu kvantitativnih i kvalitativnih pokazatelja turističkog stanja grada, kao i istraživanja o zadovoljstvu stanovništva i turista, identificirani su ključni aspekti uspješnosti ovih događanja, kao i područja za poboljšanje.

Na temelju analize istraživanja o zadovoljstvu stanovništva i turista prema organizacijskim elementima gastronomskih manifestacija u gradu Karlovcu, može se zaključiti da postoji mnogo aspekata koji utječu na percepciju javnosti o kvaliteti i organizaciji takvih događanja. Prvo, važno je istaknuti da su mladi između 18 i 25 godina najzastupljenija skupina među ispitanicima, što sugerira da su mladi aktivni sudionici i potrošači kulturnih događanja. Ovo je važno uzeti u obzir prilikom planiranja programa manifestacija kako bi se zadovoljili njihovi interesi i preferencije.

Rezultati istraživanja također pokazuju da većina ispitanika izražava umjereno zadovoljstvo kvalitetom ugostiteljske ponude i brojem gastronomskih manifestacija tijekom godine. Međutim, postoji prostor za poboljšanje, posebno u pogledu diversifikacije programa i aktivnosti kako bi se privukle različite skupine posjetitelja.

Prijedlozi za unapređenje organizacije manifestacija uključuju bolje planiranje i koordinaciju između organizacijskih timova i lokalnih udruga, poboljšanu komunikaciju putem društvenih mreža i lokalnih medija, te diversifikaciju programa kako bi se privukla šira publika. Također, važno je uspostaviti partnerstva s lokalnim tvrtkama i turističkim agencijama kako bi se osigurala podrška i financiranje događanja.

Održivost je još jedan važan aspekt koji se treba uzeti u obzir prilikom organizacije manifestacija. Promicanje održivih praksi poput korištenja biorazgradivih materijala i poticanje sudionika da koriste javni prijevoz mogu doprinijeti smanjenju negativnog utjecaja na okoliš.

Nadalje, osiguravanje pristupačnosti događanja za sve posjetitelje, uključujući osobe s invaliditetom i starije osobe, također je ključno za stvaranje inkluzivnog okruženja. To uključuje prilagodbu prostora i osiguranje pristupačnih sadržaja za sve.

U konačnici, kontinuirano prikupljanje povratnih informacija od posjetitelja i evaluacija manifestacija mogu pružiti važne uvide u njihovo zadovoljstvo i pomoći

organizatorima da identificiraju područja za poboljšanje u budućnosti. U skladu s tim, implementacija ovih prijedloga može doprinijeti stvaranju dinamične kulturne scene u gradu Karlovcu, privlačenju većeg broja posjetitelja i jačanju reputacije grada kao turističke destinacije.

Bibliografija

Bjeljac, Ž. (2010): *Turističke manifestacije u Srbiji*, Geografski institut „Jovan Cvijić“, Srpska akademija nauka i umetnosti, Beograd, Srbija.

Björk, P., Kauppinen-Räsänen, H. (2014): Culinary-gastronomic tourism—a search for local food experiences, *Nutrition & Food Science*, vol. 44, no. 4, str. 294-309,

Čatić, I. (2016): *Uloga gastronomskih manifestacija u turističkoj ponudi Istre*, Sveučilište Jurja Dobrile, Odjel za interdisciplinarne, talijanske i kulturološke studije, Pula, Hrvatska.

Cvijanović, D., Ružić, P. (2017), *Ruralni turizam*, Fakultet za hotelijerstvo i turizam u Vrnjačkoj Banji, Vrnjačka Banja, Srbija.

Everett, S., Aitchison, C. (2007): *Food tourism and the regeneration of regional identity in Cornwall: An exploratory case study*, in Aitchison, C., Pritchard, A. (eds.) *Festivals and Events: Culture and Identity in Leisure, Sport and Tourism*, str. 167–192.

Hjalager, A. M., Richards, G. (eds.). (2002): *Tourism and gastronomy*, Routledge, London, United Kingdom.

Getz, D., (2005) *Event management and event tourism*, Cognizant Communications, New York, Second edition

Kivela, J., Crofts, J. C. (2005): Gastronomy tourism: A meaningful travel market segment, *Journal of Culinary Science & Technology*, vol. 4, no. (2-3), str. 39-55,

Kostić, M., Petrović, M. (2015): *Navike studenata u potrošnji brze hrane na teritoriji Vrnjačke Banje*, Kragujevac, Srbija.

Pivčević, S., (2015) *Upravljanje manifestacijama*, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, Split.

Sahin, Ö., Aydin, A. (2017): A Cultural, Gastronomic, and Touristic Asset: The Kuşadası Oleatrium Olive and Olive Oil History Museum Case, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, vol. 5, no. 4, str. 180-199.

Trošt, K., (2012) *Vrednovanje manifestacija u funkciji održivog razvoja turističke destinacije* Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, Split.

Tušak, N., (2017) *Manifestacijski turizam na primjeru adventa u gradu Zagrebu*, Sveučilište u Karlovcu, Karlovac, 2017.

Visit Karlovac (2024), Događanja, dostupno na: <https://visitkarlovac.hr/dogadanja/>, pristupljeno: 10.01.2024.

Vukić, M. (2015): *Model optimalnog tržišnog pozicioniranja u turizmu baziran na*

preferencijama turista, doktorska disertacija, Fakultet organizacionih nauka, Beograd, Srbija.

Visit Karlovac, Izvješće o programu rada za 2022. godinu: Turistički promet u 2022. godini, dostupno na: https://visitkarlovac.hr/wp-content/uploads/2023/04/IZVJESCE_O_IZVRSENJU_PROGRAMA_RADA_ZA_2022_GO_DINU-FINAL.pdf (10.02.2024).

Popis ilustracija

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Svojestvo ispitanika	28
Grafikon 2. Zadovoljstvo trenutnom podnom gastronomskih manifestacija	28
Grafikon 3. Zadovoljstvo brojem gastronomskih manifestacija tijekom godine	29
Grafikon 4. Period kada bi se trebao povećati broj gastronomskih manifestacija.....	29
Grafikon 5. Zadovoljstvo ispitanika prema odabranim elementima	30
Grafikon 6. Smatrate li da svaka dobna skupina ima interesnu manifestaciju? Dobna skupina za interes oko manifestacija.....	31
Grafikon 7. Dostupnost informacija o manifestacijama	31
Grafikon 8. Produljenje manifestacija.....	32
Grafikon 9. Održavanje manifestacija na adekvatnim područjima (da se ne stvaraju gužve).....	32
Grafikon 10. Preporuka manifestacija prijateljima/poznanicima	33

POPIS SLIKA

Slika 1. Prikaz loga manifestacije Dani piva Karlovac za 2023. godinu.....	12
Slika 2. Prikaz manifestacije „Zvezdano ljeto“ u Karlovcu	14
Slika 3. Prikaz manifestacije "Riječno kino" u Karlovcu.....	15
Slika 4. Prikaz manifestacije "Ivanjski krijes"	17

POPIS TABLICA

Tablica 1. Prikaz dolazaka domaćih i stranih turista u razdoblju od 2020 - 2022. godine.....	19
Tablica 2. Prikaz noćenja domaćih i stranih turista u razdoblju od 2020 - 2023. godine.....	20
Tablica 3. SWOT analiza turističkih manifestacija grada Karlovca.....	23
Tablica 4. Sociodemografski podaci o ispitanicima.....	Error! Bookmark not defined.