

Uloga manifestacija u kreiranju turističke ponude grada Vrbovca

Behur Teri, Danijela

Master's thesis / Diplomski rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:754070>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-19**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)



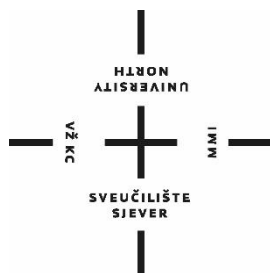


Diplomski rad

**ULOGA MANIFESTACIJA U KREIRANJU
TURISTIČKE PONUDE GRADA VRBOVCA**

Danijela Behur Teri, 0243094036

Varaždin, srpanj 2024.



**Sveučilište
Sjever**

Diplomski rad

**ULOGA MANIFESTACIJA U KREIRANJU
TURISTIČKE PONUDE GRADA VRBOVCA**

Student:

Danijela Behur Teri, 0243094036

Mentor: doc. Dr. sc. Dijana Vuković

Varaždin, srpanj 2024.

Prijava diplomskog rada

Definiranje teme diplomskog rada i povjerenstva

| | | |
|-----------------------------|--|---|
| ODJEL | Odjel za odnose s javnostima | |
| STUDIJSKI PROGRAM | diplomski sveučilišni studij Odnosi s javnostima | |
| PRISTUPNIK | Danijele Behur Teri | MATIČNI BROJ: 0243094036 |
| DATUM | 14.06.2024. | KOLEGIJ: Istraživanje tržišta i tržišnih komunikacija |
| NASLOJ RADA | Uloga manifestacija u kreiranju turističke ponude grada Vrbovca | |
| NASLOJ RADA NA ENGL. JEZIKU | The role of events in the creation of the tourist offer of the town of Vrbovac | |

| | | | |
|----------------------|---|--------|--------------|
| MENTOR | dr.sc. Dijana Vuković | ZVANJE | (Docent/ica) |
| ČLANOVI POVJERENSTVA | 1. doc. dr. sc. Ivana Perkušić - predsjednik | | |
| | 2. izv. prof. dr. sc. Ana Globočnik Zunac- član | | |
| | 3. prof. dr. sc. Dijana Vuković - mentor/ica | | |
| | 4. doc dr. sc. Gordana Lesinger - zamjenska članica | | |
| | 5. _____ | | |

Zadatak diplomskog rada

PPD: 287/OJ/2024

Grad Vrbovec, smjesten u blizini Zagreba, može se pohvaliti bogatom poviješću, kulturnom baštinom i tradicijom. U kontekstu turističke ponude, manifestacije igraju ključnu ulogu u privlačenju posjetitelja, promociji lokalne kulture i stvaranju prepoznatljivosti destinacije. Ovaj diplomski rad istražuje kako manifestacije doprinose turističkoj ponudi Vrbovca, koje vrste događanja su najvažnije te kako se mogu koristiti za daljnji razvoj turizma u ovom gradu. Manifestacije igraju vitalnu ulogu u kreiranju turističke ponude grada Vrbovca, pružajući jedinstvena iskustva koja promoviraju lokalnu kulturu, potiču gospodarski razvoj i brendiraju destinaciju. Uz pravilno planiranje, diversifikaciju i promociju, Vrbovec može iskoristiti potencijal svojih manifestacija za daljnji razvoj turizma, privlačenje novih posjetitelja i održavanje kulturne baštine. U radu je potrebno:

- * definirati ulogu i značaj manifestacija na razvoj turističke destinacije;
- * utvrditi ulogu i značaj održivog turizma, odnosno planiranje manifestacija koje promoviraju ekološku svijest i održivost može privući ekološki osviještene turiste i podržati održivi razvoj grada;
- * provesti istraživanje kako bi se definirali motivi i uloga i značaj manifestacija u formiranju turističke ponude;
- * definirati zaključak rada.

DOKTAR UPOUEN

18.06.2024.



[Handwritten signature]

SAŽETAK

Manifestacijski turizam u gradu Vrbovcu značajno doprinosi turističkoj ponudi, očuvanju kulturne baštine i ekonomskom razvoju. Istraživanje je usmjereno na procjenu uloge manifestacija, percepciju lokalne zajednice i posjetitelja, sociokulturne učinke te formuliranje preporuka za poboljšanje kvalitete i održivosti manifestacijskog turizma. Analizirane su manifestacije poput „*Kaj su jeli naši stari,*“ „*Vrbovečko projahivanje i konjičke igre,*“ te „*Dana grada Vrbovca.*“ Rezultati istraživanja potvrđuju hipotezu da manifestacije značajno doprinose povećanju turističke posjećenosti i gospodarskom rastu. Ove manifestacije privlače posjetitelje izvan lokalne zajednice, povećavajući potrošnju u ugostiteljstvu i smještajnim kapacitetima, što rezultira povećanjem prihoda i zapošljavanja. Lokalna zajednica i posjetitelji izražavaju visoku razinu zadovoljstva, što dodatno potvrđuje važnost ovih događaja za lokalni identitet i ponos. Sociokulturni učinci manifestacija uključuju očuvanje kulturne baštine, promicanje lokalnog identiteta i jačanje socijalne kohezije. Manifestacije omogućuju predstavljanje i prijenos tradicija, običaja, gastronomije i povijesti, čime se jača svijest o kulturnoj baštini. Nadalje, tehnologija ima važnu ulogu u poboljšanju iskustava posjetitelja i efikasnosti upravljanja događajima. Preporuke za buduća istraživanja uključuju interdisciplinarnu pristupe, praktičnu primjenu rezultata i uzimanje u obzir globalne perspektive. Razvoj održivih praksi i korištenje modernih tehnologija ključni su za dugoročni uspjeh manifestacija.

Manifestacijski turizam u Vrbovcu pokazuje se kao značajan faktor u očuvanju i promociji kulturne i povijesne baštine, ekonomskom razvoju i jačanju lokalnog identiteta, čime se osigurava trajno očuvanje lokalnih vrijednosti za buduće generacije.

Ključne riječi: *ekonomija, kultura, manifestacije, održivi razvoj, turizam.*

ABSTRACT

Event tourism in the city of Vrbovec significantly contributes to the tourist offer, preservation of cultural heritage, and economic development. The research focuses on assessing the role of events, the perception of the local community and visitors, socio-cultural impacts, and formulating recommendations for improving the quality and sustainability of event tourism. Events such as "*Kaj sujelinašistari*," "*Vrbovečkoprojahivanjeikonjičkeigre*," and "*Dana gradaVrbovca*" were analyzed. The research results confirm the hypothesis that events significantly contribute to increased tourist visits and economic growth. These events attract visitors from outside the local community, increasing spending in hospitality and accommodation sectors, which results in increased revenue and employment. The local community and visitors express high levels of satisfaction, further confirming the importance of these events for local identity and pride. The socio-cultural impacts of events include the preservation of cultural heritage, promotion of local identity, and strengthening of social cohesion. Events provide a platform for presenting and transmitting traditions, customs, gastronomy, and history, thereby raising awareness of cultural heritage. Furthermore, technology plays an important role in enhancing visitor experiences and event management efficiency. Recommendations for future research include interdisciplinary approaches, practical application of results, and consideration of global perspectives. The development of sustainable practices and the use of modern technologies are crucial for the long-term success of events.

Event tourism in Vrbovec proves to be a significant factor in preserving and promoting cultural and historical heritage, economic development, and strengthening local identity, thus ensuring the lasting preservation of local values for future generations.

Keywords: *economy, culture, events, sustainable development, tourism.*

SADRŽAJ

| | |
|---|----|
| SADRŽAJ | 6 |
| 1. UVOD | 1 |
| 1.1. Problem i predmet istraživanja..... | 1 |
| 1.2. Ciljevi i svrha istraživanja..... | 2 |
| 1.3. Hipoteze istraživanja | 3 |
| 1.4. Izvori i metode prikupljanja podataka..... | 4 |
| 1.5. Struktura rada | 5 |
| 2. TURIZAM | 6 |
| 2.1. Povijesni razvoj turizma..... | 7 |
| 2.2. Karakteristike, uloga i značaj turizma..... | 10 |
| 2.3. Oblici turizma..... | 11 |
| 2.4. Koncept održivog turizma | 13 |
| 3. MANIFESTACIJSKI TURIZAM..... | 14 |
| 3.1. Manifestacija kao događaj i struktura motiva sadržaja turističke ponude | 14 |
| 3.2. Pojmovno određenje manifestacija | 16 |
| 3.3. Klasifikacija manifestacija | 17 |
| 3.4. Uloga i značaj manifestacija u kreiranju turističke ponude | 18 |
| 3.5. Pozitivni i negativni učinci manifestacijskog turizma | 19 |
| 3.6. Pregled dosadašnjih istraživanja manifestacijskog turizma..... | 20 |
| 4. TURISTIČKA PONUDA GRADA VRBOVCA | 23 |
| 4.1. Grad Vrbovec, turistička destinacija | 24 |
| 4.2. Povijest i razvoj turizma grada Vrbovca | 27 |
| 4.3. Razvoj turizma događaja i kulturnih manifestacija grada Vrbovca | 29 |
| 4.3.1. Festival tradicionalne hrane „Kaj su jeli naši stari“ | 30 |
| 4.3.2. Manifestacija „Vrbovečko projahivanje i konjičke igre“ | 32 |
| 4.3.3. Obilježavanje „Dana grada Vrbovca“ | 33 |
| 5. ANKETNO ISTRAŽIVANJE PERCEPCIJE, STAVOVA I ISKUSTAVA LOKALNE ZAJEDNICE MANIFESTACIJSKOG TURIZMA GRADA VRBOVCA | 35 |
| 5.1. Metodologija istraživanja..... | 35 |

| | |
|----------------------------------|----|
| 5.2. Uzorak istraživanja..... | 36 |
| 5.3. Rezultati istraživanja..... | 36 |
| 6. ZAKLJUČAK | 61 |
| 7. LITERATURA | 63 |
| PRILOZI | 66 |
| Popis slika | 66 |
| Popis tablica | 66 |
| Popis grafova..... | 66 |
| Anketna pitanja | 68 |

1. UVOD

Turizam se u suvremenom svijetu prepoznaje kao vitalna komponenta socioekonomske strukture mnogih zajednica, djelujući kao pokretačka snaga za razvoj, inovacije i međukulturalnu razmjenu. Grad Vrbovec, smješten u srcu Hrvatske, ne izuzima se iz ove globalne dinamike. S bogatom povijesnom baštinom, živopisnom kulturom i jedinstvenim manifestacijama, Vrbovec stvara turističku ponudu koja privlači raznolike skupine posjetitelja i na taj način potiče lokalni gospodarski rast. U tom kontekstu, uloga i značaj turizma, posebno manifestacijskog turizma, prepoznaju se kao ključni elementi u kreiranju atraktivne, održive i konkurentne turističke destinacije.

Manifestacije kao što su „Kaj su jeli naši stari“, „Vrbovečko projahivanje i konjičke igre“ te obilježavanje „Dana grada Vrbovca“ nisu samo događanja koja obogaćuju kulturni kalendar grada, već su i instrumenti kroz koje se Vrbovec promiče kao destinacija koja nudi autentična iskustva. Takvi događaji pridonose ne samo ekonomskoj dimenziji turizma, kroz povećanje potrošnje i zaposlenosti, već imaju i duboki sociokulturni učinak, čuvajući lokalne tradicije, jačajući zajednicu i potičući lokalni ponos.

Temeljni cilj rada je istražiti utjecaj manifestacijskog turizma na ekonomski i sociokulturni razvoj grada Vrbovca, te identificirati ključne faktore koji doprinose kreiranju atraktivne i održive turističke destinacije.

1.1. Problem i predmet istraživanja

Središnji problem koji istraživanje obuhvaća odnosi se na razumijevanje i evaluaciju uloge manifestacijskog turizma u kreiranju turističke ponude Grada Vrbovca. Unatoč prepoznatljivim potencijalima i bogatim kulturnim i povijesnim naslijeđem, Vrbovec se, kao i mnogi drugi gradovi slične veličine i karakteristika, suočava s izazovima u privlačenju turista, održavanju njihova interesa i pretvaranju povremenih posjeta u trajne turističke tokove. U tom kontekstu, manifestacije se pojavljuju kao ključni elementi koji mogu značajno doprinijeti atraktivnosti grada, stvaranju jedinstvene turističke ponude i promicanju Vrbovca kao destinacije koja nudi bogatstvo iskustava.

Predmet istraživanja usmjerava se na analizu manifestacija kao integralnog dijela turističke ponude Vrbovca, s ciljem identifikacije njihove trenutne uloge i potencijala u razvoju lokalnog turizma. To uključuje ispitivanje kako manifestacije pridonose vidljivosti i prepoznatljivosti grada, njihov utjecaj na gospodarski razvoj kroz privlačenje posjetitelja i potrošnju, kao i njihovu sposobnost da promiču očuvanje i valorizaciju kulturne i povijesne baštine. Osim toga, istraživanje se bavi i percipiranim učincima manifestacija na kvalitetu života lokalne zajednice, njihovom doprinosu sociokulturnom identitetu Vrbovca, te mogućnostima za unapređenje održivosti i inkluzivnosti manifestacijskog turizma.

Kroz detaljnu analizu ovih aspekata, istraživanje teži pružiti sveobuhvatno razumijevanje kompleksne dinamike između turizma, manifestacija i lokalne zajednice, identificirati ključne čimbenike uspjeha, kao i izazove koji ograničavaju puni potencijal manifestacijskog turizma u Vrbovcu. Na temelju prikupljenih spoznaja, cilj je formulirati strategijske preporuke za optimizaciju i inovaciju u razvoju turističke ponude, sa posebnim fokusom na održivi razvoj i povećanje konkurentnosti grada Vrbovca kao atraktivne turističke destinacije.

1.2. Ciljevi i svrha istraživanja

Primarni cilj ovog istraživanja jest detaljno istražiti i analizirati ulogu manifestacijskog turizma u oblikovanju turističke ponude grada Vrbovca. Specifično, istraživanje teži identificirati kako različite manifestacije doprinose privlačnosti grada kao turističke destinacije, te na koji način one utječu na percepciju grada među posjetiteljima i lokalnom zajednicom. Kroz ovaj proces, istraživanje se usmjerava na procjenu ekonomskih, sociokulturnih i ekoloških učinaka manifestacija, s ciljem razumijevanja njihove ukupne vrijednosti i potencijala za održivi razvoj turizma u Vrbovcu.

Svrha ovog istraživanja proizlazi iz potrebe za dubljim uvidom u dinamiku i kompleksnost manifestacijskog turizma, s obzirom na njegov značaj za turističku ponudu i razvoj lokalne zajednice. Istraživanje ima za cilj pružiti konkretne informacije i analize koje mogu poslužiti kao osnova za razvoj strategija i politika usmjerenih na unapređenje turističke ponude Vrbovca, s posebnim naglaskom na inovacije, kvalitetu iskustva i održivost.

Sukladno navedenom, ciljevi istraživanja jesu:

1. Procijeniti trenutnu ulogu i doprinos manifestacija turističkoj ponudi i imidžu grada Vrbovca.
2. Istražiti percepciju i stavove lokalne zajednice i posjetitelja o manifestacijama, uključujući zadovoljstvo, sudjelovanje i doživljaj.
3. Ocijeniti sociokulturne učinke manifestacija na lokalnu zajednicu, uključujući očuvanje kulturne baštine, promicanje lokalnog identiteta i socijalnu koheziju.
4. Formulirati preporuke za poboljšanje kvalitete i održivosti manifestacijskog turizma u Vrbovcu, s ciljem povećanja njegove atraktivnosti i konkurentnosti kao turističke destinacije.

Svrha istraživanja stoga obuhvaća ne samo akademsku znatiželju već i praktičnu primjenjivost rezultata u stvaranju robusne, održive i inkluzivne turističke ponude koja će omogućiti Vrbovcu da maksimalno iskoristi svoje kulturne i prirodne resurse, te na taj način poboljša kvalitetu života svojih stanovnika i obogati iskustva svojih posjetitelja.

1.3.Hipoteze istraživanja

Temeljem svrhe i ciljeva istraživanja postavljene su sljedeće hipoteze:

H1:Manifestacije značajno doprinose povećanju turističke posjećenosti i gospodarskom rastu grada Vrbovca.

Objašnjenje hipoteza H1: Ova hipoteza polazi od pretpostavke da događaji poput „Kaj su jeli naši stari“, „Vrbovečko projahivanje i konjičke igre“ te obilježavanje „Dana grada Vrbovca“ privlače značajan broj posjetitelja izvan lokalne zajednice, čime se direktno i indirektno potiče lokalna ekonomija kroz povećanje potrošnje u ugostiteljstvu, smještajnim kapacitetima i drugim uslužnim djelatnostima.

H2: Manifestacije imaju ključnu ulogu u očuvanju i promociji kulturne i povijesne baštine grada Vrbovca.

Objašnjenje hipoteze H2: Ova hipoteza istražuje ideju da manifestacije u Vrbovcu ne služe samo kao zabavni događaji, već i kao važne platforme za edukaciju i kulturnu razmjenu. Kroz organizirane manifestacije, lokalna zajednica ima priliku predstavljati i prenositi svoje bogate tradicije, običaje, gastronomiju i povijest. Na ovaj način, manifestacije doprinose očuvanju

kulturne i povijesne baštine te jačanju lokalnog identiteta i ponosa među stanovnicima. Također, privlačeći posjetitelje, ove manifestacije pomažu u širenju svijesti o jedinstvenoj baštini Vrbovca, stvarajući most između prošlosti i sadašnjosti i omogućavajući trajno očuvanje lokalnih vrijednosti za buduće generacije.

1.4.Izvori i metode prikupljanja podataka

Za provedbu ovog istraživanja koristit će se kombinacija primarnih i sekundarnih izvora podataka kako bi se osigurala sveobuhvatnost i dubina analize. Raznolikost metodološkog pristupa omogućuje temeljitije razumijevanje uloge manifestacijskog turizma u kreiranju turističke ponude grada Vrbovca te pruža pouzdane informacije za evaluaciju postavljenih hipoteza.

Primarni izvori podataka uključuju anketno istraživanje. Provođenje anketnog istraživanja među stanovnicima grada Vrbovca i posjetiteljima manifestacija kako bi se prikupili podaci o percepciji, stavovima, iskustvima i zadovoljstvu manifestacijama. Anketa će biti distribuirana putem online platformi i u tiskanom obliku na lokacijama manifestacija, dok će sekundarni izvori podataka obuhvatiti:

1. Analizu dostupne literature: Pregled stručne literature, studija slučaja, znanstvenih članaka i publikacija relevantnih za temu manifestacijskog turizma i turističke ponude grada Vrbovca.
2. Proučavanje službenih dokumenata: Analiza službenih dokumenata, izvještaja i statistika koje objavljuju Turistička zajednica grada Vrbovca, gradski uredi i druge relevantne institucije pružit će kvantitativne podatke o broju posjetitelja, ekonomskim učincima, te strukturi i sadržaju manifestacija.
3. Pregled medijskih sadržaja i online resursa: Analiza medijskih izvještaja, članaka, recenzija i komentara na društvenim mrežama i turističkim portalima omogućit će razumijevanje javne percepcije manifestacija i identificiranje trendova u interesima posjetitelja.

Metodologija istraživanja kombinirat će kvantitativne i kvalitativne metode kako bi se osigurala duboka analiza i razumijevanje predmeta istraživanja. Kvantitativna analiza, temeljena na statističkoj obradi podataka prikupljenih anketama, omogućit će mjerenje stupnja učinaka manifestacija na turističku ponudu i gospodarstvo grada. Kvalitativna analiza, temeljena na analizi sekundarnih izvora, pružit će kontekst i dublji uvid u dinamiku manifestacijskog turizma, te njegov sociokulturni i ekološki utjecaj.

1.5.Struktura rada

Ovaj rad strukturiran je s ciljem sveobuhvatnog istraživanja uloge manifestacijskog turizma u kreiranju turističke ponude grada Vrbovca, pružajući detaljnu analizu utjecaja manifestacija na razvoj turizma, ekonomiju, kulturu i društveni život grada. Struktura rada dizajnirana je kako bi čitateljima omogućila logičan i sistematičan pregled istraživane tematike, od uvodnih koncepta do zaključnih razmatranja i preporuka.

Uvodni dio rada postavlja temelje istraživanja, definirajući problem i predmet istraživanja, ciljeve i svrhu istraživanja, hipoteze, te metode prikupljanja podataka. Uvod pruža čitateljima kontekstualni okvir istraživanja i uvodi ih u tematiku manifestacijskog turizma u Vrbovcu. Drugi dio rada pod nazivom *Turizam* obrađuje teorijske osnove turizma, uključujući povijesni razvoj turizma, karakteristike, ulogu i značaj turizma te različite oblike turizma s posebnim naglaskom na manifestacijski turizam. Također se razmatra koncept održivog turizma i njegova primjena u kontekstu Vrbovca. Treći dio naziva *Manifestacijski turizam* detaljno istražuje pojam manifestacijskog turizma, strukturu i motive sadržaja turističke ponude koju čine manifestacije, pojmovno određenje manifestacija, njihova klasifikacija, te uloga i značaj manifestacija u kreiranju turističke ponude. Također se analiziraju pozitivni i negativni učinci manifestacijskog turizma, uz pregled dosadašnjih istraživanja na ovu temu. Četvrti se dio rada *Turistička ponuda grada Vrbovca* fokusira na turističku ponudu Vrbovca, uključujući pregled i analizu ključnih manifestacija poput „Kaj su jeli naši stari“, „Vrbovečko projahivanje i konjičke igre“ te obilježavanja „Dana grada Vrbovca“. Istražuju se povijest, razvoj i specifičnosti turizma u Vrbovcu, te razvoj turizma događaja i kulturnih manifestacija. Poglavlje *Anketno istraživanje percepcije, stavova i iskustava lokalne zajednice manifestacijskog turizma Grada Vrbovca* podrazumijeva anketno istraživanje percepcije, stavova i iskustava lokalne zajednice manifestacijskog turizma grada Vrbovca čiji su segmenti predstavljeni kroz metodologiju istraživanja, određenje uzorka, provedbu ankete, analizu dobivenih rezultata, te raspravu o značaju nalaza za razumijevanje uloge manifestacija u turističkoj ponudi Vrbovca. Zatim *zaključak*, odnosno završni dio rada donosi sintezu glavnih nalaza istraživanja, razmatranje usklađenosti rezultata s postavljenim hipotezama, te daje preporuke za daljnji razvoj manifestacijskog turizma u Vrbovcu. Zaključak naglašava ključne uvide istraživanja i njihov potencijalni doprinos unapređenju turističke ponude grada.

2. TURIZAM

Turizam, kao multidisciplinarni fenomen, odigrao je značajnu ulogu u globalnom gospodarskom razvoju, kulturološkoj razmjeni i socijalnoj koheziji. Kroz povijest se turizam evoluirao od elitnih putovanja do masovnog turizma, postajući jedan od ključnih pokretača gospodarstva i sredstvo za promicanje međukulturalnog razumijevanja. Uloga turizma posebice dolazi do izražaja u manjim mjestima, gdje može bitno pridonijeti lokalnom razvoju, očuvanju kulturnog identiteta i poboljšanju kvalitete života stanovnika.

Za manja mjesta, poput Grada Vrbovca, turizam nudi priliku da istaknu svoje jedinstvene karakteristike, kulturnu baštinu i prirodne ljepote, čime privlače posjetitelje u potrazi za autentičnim iskustvima. Upravo kroz turizam, manja mjesta mogu ojačati svoj identitet, promovirati lokalne proizvode i tradicije te stimulirati lokalno gospodarstvo kroz direktne i indirektne prihode.

Ovo poglavlje u radu posvećeno je dubinskom razmatranju turizma kao multifacetirane pojave koja oblikuje društvene, ekonomske i kulturne aspekte destinacija širom svijeta. Turizam, posebice u kontekstu manjih mjesta poput Vrbovca, ima ključnu ulogu u promicanju lokalnog identiteta, ekonomskom razvoju i očuvanju kulturne baštine. Kroz različite dimenzije, ovaj segment rada osvjetlit će kompleksnost turističke industrije i njezin doprinos zajednicama.

U početnom dijelu, rad pruža pregled povijesnog razvoja turizma, od ranih početaka kada su putovanja bila primarno rezervirana za trgovinu, hodočašća ili osvajanja, do suvremene ere masovnog turizma. Ovaj povijesni pregled naglašava kako su se s vremenom promijenili motivi putovanja i percepcija turizma, te kako je turizam postao ključan faktor globalnih interakcija i lokalnog razvoja. Dalje, rad istražuje karakteristike turizma i njegovu ulogu u društvu. Turizam se razmatra kao sredstvo ekonomske diverzifikacije, generator zaposlenja i prihoda, ali i kao važan kanal za promociju kulturne razmjene i međukulturalnog razumijevanja. Poseban naglasak stavlja se na značaj turizma za manja mjesta, gdje može biti ključan u očuvanju lokalnih tradicija i obogaćivanju društvenog života. Različiti oblici turizma razmatraju se kao prilike za manje destinacije da diversificiraju i obogate svoju ponudu. Kulturni turizam, ekoturizam, avanturistički turizam i druge specijalizirane forme turizma mogu biti odlični alati za privlačenje različitih segmenata turista, istovremeno naglašavajući jedinstvene atribute destinacije poput

Vrbovca. Koncept održivog turizma zauzima centralno mjesto u ovom poglavlju, istražujući kako destinacije mogu usvojiti prakse koje osiguravaju dugoročnu održivost svojih prirodnih, kulturnih i ekonomskih resursa. Održivi turizam ne samo da štiti okoliš i kulturnu baštinu, već i promiče kvalitetu života lokalne zajednice, što je posebno važno za manja mjesta koja teže očuvati svoj identitet u svijetu globalizacije.

Kroz ovaj segment rada, čitateljima će biti pružen uvid u kompleksnost turizma i njegovog utjecaja na lokalne zajednice, s fokusom na načine na koje manja mjesta poput Vrbovca mogu iskoristiti turizam za svoj razvoj, promociju i održivost.

2.1. Povijesni razvoj turizma

Povijesni razvoj turizma odražava evoluciju društvenih, ekonomskih i tehnoloških promjena kroz vremena. Od drevnih civilizacija do suvremenog doba, turizam se razvijao paralelno s promjenama u načinu života, dostupnosti transporta i globalnim socioekonomskim trendovima.

U drevno doba, putovanja su se primarno odvijala iz religijskih, trgovinskih ili obrazovnih razloga. Egipćani, Grci i Rimljani razvili su osnove za prve oblike turizma, uključujući hodočašća na sveta mjesta i posjete termalnim izvorima (Cohen, 1972:165). Srednji vijek je pak bio obilježen hodočašćima na religijska mjesta širom Europe, što je rezultiralo razvojem prvih putničkih ruta i smještajnih kapaciteta za hodočasnike (Smith, 1992:2). Renesansa i doba prosvjetiteljstva donijeli su novu eru istraživanja, uz rastuću znatiželju za drugim kulturama i zemljama. Ovo razdoblje također svjedoči porastu obrazovnih putovanja među europskim elitama, poznatih kao Grand Tour, koji su postali važan dio obrazovanja mladih aristokrata (Towner, 1985:297).

Industrijska revolucija, koja je započela krajem 18. stoljeća i nastavila se tijekom 19. stoljeća, donijela je temeljite promjene u socioekonomskoj strukturi društava, potaknuvši prelazak s agrarne na industrijsku ekonomiju. Jedan od značajnih doprinosa ovog razdoblja razvoju turizma bila je implementacija i široka primjena željeznice. Željeznica je omogućila brže, sigurnije i udobnije putovanje na dulje udaljenosti, čime su turističke destinacije postale pristupačne širem spektru populacije, a ne samo elitama. Ovaj pomak prema masovnom turizmu omogućio je osobama iz srednje klase da istraže i uživaju u odmorima daleko od svojih lokalnih zajednica (Page, 2014:19). Sa željeznicom su putovanja postala manje zahtjevna i vremenski učinkovitija, čime je stimuliran razvoj turističke industrije. Sektori hotelijerstva i ugostiteljstva proširili su se kako bi udovoljili

rastućoj potrebi putnika, dok su turističke agencije, poput one koju je osnovao Thomas Cook, počele organizirati paket-aranžmane koji su uključivali prijevoz, smještaj i ture za sve veći broj turista. Thomas Cook je posebno prepoznat kao inovator u organiziranom putovanju, organiziravši prvo grupno putovanje vlakom 1841. godine, označavajući početak nove ere u turizmu. Željeznica je također omogućila razvoj novih turističkih odredišta koja prije nisu bila lako dostupna, uključujući obalna ljetovališta, nacionalne parkove i ruralna područja, pružajući priliku za istraživanje prirodnih ljepota i odmor od urbanog života. Razvoj infrastrukture, uključujući željezničke stanice, tunele i mostove, ne samo da je olakšao pristup tim destinacijama, već je i sam postao dijelom turističke atrakcije, svjedočeći o inženjerskim dostignućima tog vremena (Turnock, 1996). Prema tome, ovo je razdoblje znatno doprinijelo demokratizaciji putovanja, omogućujući različitim društvenim slojevima uključivanje u turističke aktivnosti. Industrijska revolucija i ekspanzija željeznice postavile su temelje za moderni turizam, promovirajući putovanje kao esencijalni dio modernog života i kulture slobodnog vremena koja se nastavila razvijati sve do danas.

21. stoljeće označilo je revolucionarno razdoblje za turizam, primarno kroz razvoj zrakoplovstva, koji je temeljito transformirao međunarodni turizam. Brži i efikasniji zračni prijevoz omogućio je globalna putovanja široj populaciji, smanjujući vremenske i prostorne ograničenja koje su prethodno obeshrabrivala međukontinentalna putovanja. Pojava komercijalnih letova sredinom 20. stoljeća uvelike je doprinijela popularizaciji turizma kao globalne aktivnosti, otvarajući vrata masovnom turizmu (Weaver, 2006). Razvoj zrakoplovstva paralelno je pratio i razvoj turističkih agencija i organiziranog turizma. Turističke agencije poput Thomas Cooka proširile su svoju ponudu na međunarodna putovanja zrakoplovom, olakšavajući planiranje i rezervaciju sveobuhvatnih paket-aranžmana koji su uključivali letove, smještaj i ture. Ovaj model organiziranog turizma značajno je pojednostavio proces planiranja putovanja, čineći ga pristupačnijim i privlačnijim širem spektru ljudi (Page, 2014).

Tijekom ovog razdoblja, turizam je postao važan ekonomski sektor, generirajući znatan prihod i zapošljavajući veliki broj ljudi širom svijeta. Razvoj infrastrukture, uključujući hotele, odmarališta i atrakcije, te poboljšanja u uslugama gostoprimstva, dodatno su potaknula rast turizma. Međunarodna putovanja postala su znatno učestalija, doprinoseći kulturnoj razmjeni i međusobnom razumijevanju među narodima. Međutim, brzi rast turizma također je doveo do

povećane svijesti o potrebi za održivim pristupima. Pitanja poput prekomjerne izgradnje, zagađenja okoliša i očuvanja kulturnog nasljeđa postala su sve važnija. Koncept održivog turizma, koji teži ravnoteži između ekonomskog razvoja, zaštite okoliša i socijalne pravednosti, postao je ključan u planiranju i razvoju turističkih destinacija. Butlerov pregled stanja u području održivog turizma (Butler, 1999) naglašava važnost integriranog pristupa koji uključuje ekološku odgovornost, ekonomsku izvedivost i socijalnu pravičnost. Koncept se temelji na principu da turističke aktivnosti trebaju biti dizajnirane tako da budu održive dugoročno, bez ugrožavanja resursa koji će budućim generacijama omogućiti iste ili slične mogućnosti. Dodatno, održivi turizam promiče lokalno sudjelovanje i koristi, podupirući lokalno gospodarstvo kroz promociju lokalnih proizvoda, usluga i radnih mjesta. Teži se ka razvoju turističkih modela koji minimiziraju negativne utjecaje na destinaciju, dok istovremeno maksimiziraju pozitivne doprinose turizma za lokalnu zajednicu. Tako Mowforth i Munt (2008) istražuju kako globalizacija i razvojni imperativi utječu na održivi turizam, posebno u zemljama u razvoju. Oni upozoravaju na složenost ostvarivanja održivosti u kontekstu koji često favorizira brzi ekonomski rast na račun ekoloških i socijalnih standarda, dok Weaver (2006) istražuje praktične strategije za implementaciju održivih turističkih praksi, naglašavajući potrebu za holističkim pristupom koji podrazumijeva sveobuhvatni način razumijevanja i rješavanja problema ili situacija, gdje se uzimaju u obzir sve komponente sustava, njihove međusobne povezanosti i utjecaji, umjesto da se fokusira samo na pojedinačne dijelove. U kontekstu turizma, holistički pristup znači promišljanje o turističkom razvoju tako da se razmatraju ekološki, ekonomski, socijalni i kulturni aspekti destinacije kao međusobno povezane cjeline.

Turizam u današnjici stoji kao svjedok nevjerojatne evolucije koja se odvijala kroz stoljeća, transformirajući se iz osnovnih, često nužnih putovanja drevnih civilizacija u kompleksan globalni fenomen koji oblikuje ekonomije, kulture, i okoliš diljem svijeta. Razvoj turizma, od pradavnih hodočašća i Grand Toura aristokracije do masovnog turizma omogućenog industrijskom revolucijom i revolucionarnim skokom u zrakoplovstvu 20. stoljeća, odražava širu povijest ljudske znatiželje, inovacije i želje za povezivanjem. U suvremenom dobu, s rastućom sviješću o važnosti održivog razvoja, turizam se suočava s novim izazovima i prilikama. Težnja prema održivom turizmu, koji harmonizira ekonomske, ekološke, i sociokulturne ciljeve, predstavlja temelj na kojem će se graditi budućnost turističke industrije. Kroz prizmu prošlosti i sadašnjosti, turizam nastavlja biti ključna sila u oblikovanju globalnog društva, potičući kontinuiranu potrebu za

inovacijom, razumijevanjem i suradnjom kako bi se osigurala njegova održivost za generacije koje dolaze.

2.2. Karakteristike, uloga i značaj turizma

Turizam se karakterizira kao dinamičan i multifacetalan sektor koji obuhvaća širok spektar aktivnosti, destinacija i iskustava. Prepoznate su njegove raznolike karakteristike, uključujući privremeni boravak i putovanja izvan uobičajenog okruženja, motiviranost različitim potrebama i interesima te značajnu ulogu u međunarodnoj trgovini i kulturnoj razmjeni. Turizam zauzima centralno mjesto u globalnoj ekonomiji, generirajući prihode, stvarajući radna mjesta i doprinoseći ekonomskom razvoju zemalja širom svijeta (UNWTO, 2020).

Uloga turizma u promicanju socijalne kohezije i međukulturnog razumijevanja ne može se zanemariti. Putem turizma omogućava se susret s različitim kulturama, što doprinosi razbijanju predrasuda i jačanju globalne solidarnosti. Također, turizam igra ključnu ulogu u očuvanju i valorizaciji kulturne i prirodne baštine, čime se potiče svijest o važnosti zaštite okoliša i kulturnog naslijeđa (Richards, 2018).

Značaj turizma ogleda se i u njegovoj sposobnosti da potiče lokalni razvoj. Putem stvaranja direktnih i indirektnih radnih mjesta, turizam doprinosi smanjenju siromaštva i potiče ulaganja u lokalnu infrastrukturu, čime se poboljšava kvaliteta života lokalne zajednice. Turizam također služi kao katalizator za inovacije i poduzetništvo, potičući razvoj novih proizvoda i usluga te promicanje održivog gospodarstva (UNWTO, 2020).

Međutim, ističe se i važnost usvajanja održivog pristupa u razvoju turizma kako bi se izbjegli negativni utjecaji na okoliš, lokalne zajednice i kulturnu baštinu. Koncept održivog turizma naglašava potrebu za ravnotežom između zadovoljenja potreba turista i destinacija, osiguravajući da turističke aktivnosti mogu biti održane dugoročno bez štetnih posljedica (Butler, 1999). S obzirom na njegovu složenost i utjecaj, turizam zahtijeva integrirani i holistički pristup planiranju i upravljanju, koji uključuje sve dionike u procesu donošenja odluka. Time se osigurava da turizam ostane vitalan izvor ekonomskog razvoja i kulturnog obogaćenja, dok se istovremeno čuvaju resursi za buduće generacije (Richards, 2018).

2.3. Oblici turizma

Različiti oblici turizma razvijeni su kako bi se zadovoljile široke i raznolike potrebe i interesi turista. Ovi oblici turizma reflektiraju kompleksnost i dinamičnost sektora, omogućavajući destinacijama da privuku različite segmente tržišta i pruže turistima bogat i personaliziran doživljaj:

- *Kulturni turizam* često je usmjeren na istraživanje kulturne baštine, umjetnosti, povijesti i tradicija određene destinacije. Posjetitelji su motivirani željom za učenjem i iskustvom različitih kultura, uključujući muzeje, povijesne lokacije, festivale i umjetničke izložbe. Kulturni turizam ima značajnu ulogu u očuvanju i promociji kulturne baštine te doprinosi socijalno-ekonomskom razvoju zajednica (Richards, 2018).
- *Ekoturizam* se fokusira na održivo putovanje u prirodna područja, s ciljem promicanja očuvanja okoliša i dobrobiti lokalnih zajednica. Ekoturizam teži minimalnom utjecaju na okoliš i podupire zaštitu prirodnih resursa, uključujući podršku zaštićenim područjima i nacionalnim parkovima. Poticanje svijesti i obrazovanje turista o važnosti očuvanja okoliša ključni su aspekti ekoturizma (Fennell, 2015).
- *Avanturistički turizam* privlači one koji traže izazove, uzbuđenje i interakciju s prirodom. Ovaj oblik turizma može uključivati aktivnosti poput planinarenja, ronjenja, raftinga i biciklizma. Avanturistički turizam potiče fizičku aktivnost i osobno ostvarenje, te često dovodi do dubljeg povezivanja s prirodnim okolišem i lokalnim kulturama (Buckley, 2010:25).
- *Wellness turizam* usmjeren je na promicanje zdravlja i dobrobiti kroz fizičke, mentalne i duhovne aktivnosti. Wellness destinacije nude širok raspon usluga, uključujući spa tretmane, jogu, meditaciju i zdravu prehranu, privlačeći pojedince zainteresirane za oporavak, opuštanje i poboljšanje kvalitete života (Smith i Puczkó, 2014:32).
- *Održivi turizam* nastoji uskladiti potrebe turista s očuvanjem i poboljšanjem mogućnosti destinacije za buduće generacije. Uključuje prakse koje minimiziraju negativne utjecaje na okoliš, kulturnu baštinu i društvene vrijednosti, dok istovremeno donose ekonomske koristi lokalnim zajednicama. Održivi turizam zahtijeva suradnju između turističkih operatora, lokalnih vlasti i zajednica te turista (Butler, 1999:18).
- *Sportski turizam*: Uključuje putovanja s ciljem sudjelovanja u sportskim događanjima, bilo kao natjecatelji ili kao gledatelji. Sportski turizam može obuhvaćati posjete velikim sportskim

dogadanjima poput Olimpijskih igara, Svjetskog prvenstva u nogometu, maratona, biciklističkih utrka itd (Hall i Page, 2014:22).

- *Gastronomski turizam*: Fokusira se na istraživanje i uživanje u kulinarskim specijalitetima i tradicionalnim jelima određene regije ili zemlje. Gastronomski turizam sve više dobiva na popularnosti kao način doživljaja kulture kroz hranu.
- *Ruralni turizam*: Naglasak je na iskustvu života u ruralnim područjima, često uključujući smještaj u tradicionalnim domaćinstvima, sudjelovanje u poljoprivrednim aktivnostima i istraživanje prirodnog krajolika. Ruralni turizam promiče održivi razvoj i očuvanje ruralnih zajednica (Fennell, 2014).
- *MICE turizam* (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions): Odnosi se na organiziranje i sudjelovanje u poslovnim skupovima, konferencijama, izložbama i sličnim događajima. MICE turizam je ključan za poslovni sektor, pružajući platformu za mreženje, edukaciju i promociju (Hall i Page, 2014:23).
- *Medicinski turizam*: Uključuje putovanja s ciljem dobivanja medicinskih usluga, uključujući kirurgiju, dentalne usluge, wellness tretmane i rehabilitaciju. Medicinski turizam može biti motiviran nižim troškovima, boljom kvalitetom usluge ili pristupom tretmanima koji nisu dostupni u zemlji podrijetla (Connell, 2013).
- *Dark turizam*: Fokusira se na posjete lokacijama povezanim s tragedijama, katastrofama i smrću, poput povijesnih bojišta, mjesta masovnih nesreća ili muzeja koji dokumentiraju tamne aspekte ljudske povijesti (Stone, 2012).

Ovaj široki spektar oblika turizma ilustrira kako sektor turizma odgovara na različite interese i potrebe putnika, nudeći pritom bogatstvo doživljaja koji sežu od kulturnog obogaćenja i ekološke svijesti do avanturističkog uzbuđenja i wellness oporavka. Kroz svoju raznolikost, turizam ne samo da omogućava osobno obogaćenje pojedinaca već također igra ključnu ulogu u promicanju održivog razvoja, kulturne razmjene i socijalno-ekonomske dobrobiti globalnih i lokalnih zajednica. Razumijevanje i prilagodba različitim oblicima turizma omogućava destinacijama da se istaknu, privlačeći turiste svojim jedinstvenim ponudama i doprinoseći istovremeno očuvanju svoje kulturne i prirodne baštine.

2.4. Koncept održivog turizma

Koncept održivog turizma razvijen je kao odgovor na rastuću svijest o potrebi za zaštitom okoliša, socijalnom pravednošću i ekonomskom održivošću unutar turističkog sektora. Održivi turizam teži uspostavi ravnoteže između ekoloških, ekonomskih i sociokulturnih aspekata turizma kako bi se osiguralo da razvoj turizma pridonosi dugoročnoj zaštiti resursa, dobrobiti lokalnih zajednica i zadovoljenju potreba posjetitelja. U srži koncepta održivog turizma leži načelo minimiziranja negativnih utjecaja turizma na destinaciju, dok se istovremeno maksimiziraju pozitivni doprinosi za okoliš, lokalno stanovništvo i gospodarstvo. Održivi turizam potiče odgovornu potrošnju resursa, zaštitu prirodnih i kulturnih vrijednosti te promicanje pravednosti i dostupnosti za sve dionike uključene u turističku industriju (Weaver, 2006; Mowforth i Munt, 2008).

Butler (1999) naglašava važnost integriranog pristupa u planiranju i upravljanju turističkim destinacijama, ističući potrebu za suradnjom između turističkih operatora, lokalnih vlasti i zajednica, te posjetitelja. Cilj je osigurati održivost turističkih aktivnosti kroz razvojne strategije koje uzimaju u obzir ekološku nosivost, sociokulturne kapacitete i ekonomske ciljeve destinacije.

Primjena održivog turizma uključuje različite prakse i mjere, od promicanja ekoturizma i kulturnog turizma koji poštuju lokalnu baštinu, do implementacije ekoloških standarda u turističkim objektima i poticanja turista na odgovorno ponašanje. Jedan od ključnih izazova održivog turizma je usklađivanje rastuće potražnje za turističkim iskustvima s ograničenim resursima i kapacitetima destinacije (UNWTO, 2020). Osim toga, održivi turizam traži transparentnost i etičnost u poslovanju, naglašavajući značaj pravedne raspodjele ekonomskih koristi unutar lokalne zajednice i zaštite prava radnika u turističkom sektoru. Pritom, edukacija i osvještavanje svih dionika o važnosti održivog razvoja igraju ključnu ulogu u promicanju i ostvarivanju principa održivog turizma (Butler, 1999:21). Kroz usmjerenje na održivost, turizam može doprinijeti globalnim ciljevima održivog razvoja, adresirajući izazove poput klimatskih promjena, degradacije okoliša i socijalne nepravde, te istovremeno pružajući kvalitetna i obogaćujuća iskustva posjetiteljima. Održivi turizam predstavlja ne samo etički izbor već i strateški pristup koji osigurava dugoročnu vitalnost i privlačnost turističkih destinacija (Butler, 1999:24).

3. MANIFESTACIJSKI TURIZAM

Manifestacijski turizam prepoznaje se kao važan segment u turističkoj industriji, gdje se specifični događaji koriste kao ključni elementi u privlačenju posjetitelja i obogaćivanju turističke ponude destinacija. Raznovrsnost i dinamičnost manifestacija, od kulturnih festivala, sportskih natjecanja, do gastronomskih sajмова i konferencija, odražavaju bogatstvo i raznolikost ljudskih interesa i aktivnosti. Kroz ovaj pristup, manifestacije ne samo da služe kao sredstvo za zabavu i edukaciju posjetitelja, već i kao strategija za održivi razvoj turizma, poticanje lokalne ekonomije i promicanje kulturne baštine.

Poglavlje se bavi dubinskim istraživanjem manifestacijskog turizma, počevši od analize manifestacija kao specifičnih događaja koji imaju moć oblikovati sadržaj turističke ponude i privući različite segmente posjetitelja. Uključuje razmatranje pojmovnog određenja manifestacija, istražujući njihove karakteristike, vrste i funkcije unutar turističkog sektora. Klasifikacija manifestacija pruža uvid u širok spektar događaja koji se mogu koristiti u turističke svrhe, identificirajući glavne kategorije i potkategorije koje se razvijaju u odgovoru na specifične interese turista i ciljeve destinacija.

Daljnje istraživanje uključuje razmatranje uloge i značaja manifestacija u kreiranju i promociji turističke ponude, ističući kako događaji mogu služiti kao ključni diferencijatori za destinacije i kako mogu doprinijeti stvaranju jedinstvenog identiteta i imidža. Pritom se analiziraju kako pozitivni tako i negativni učinci manifestacijskog turizma, sagledavajući njegov utjecaj na destinacije, lokalne zajednice, okoliš i posjetitelje. Na kraju, pregled dosadašnjih istraživanja manifestacijskog turizma pruža temelj za razumijevanje trenutnih trendova, izazova i prilika u ovom segmentu turizma, ukazujući na važnost kontinuiranog istraživanja i inovacija za osiguranje održivog i uspješnog razvoja manifestacijskog turizma.

3.1. Manifestacija kao događaj i struktura motiva sadržaja turističke ponude

Manifestacijama se smatraju događaji koji imaju sposobnost privući posjetitelje i obogatiti turističku ponudu destinacija kroz širok spektar tematskih aktivnosti. Definirane su kao planirane i organizirane prigode, često sa specifičnim tematskim fokusom, koje mogu uključivati kulturne,

sportske, poslovne i zabavne elemente. Karakter manifestacija kao ključnog elementa u turističkoj industriji ističe se kroz njihovu raznolikost i potencijal za kreiranje jedinstvenih doživljaja za posjetitelje (Getz i Page, 2015). U analizi manifestacija kao događaja i strukture motiva sadržaja turističke ponude, istražuje se kako te aktivnosti odražavaju kulturne, socijalne i ekonomske vrijednosti destinacije, te kako pridonose diferencijaciji i konkurentnosti na turističkom tržištu.

U literaturi se ističe da manifestacije služe kao snažan motivator za putovanja, privlačeći posjetitelje željne autentičnih iskustava. Getz i Page (2015) navode da manifestacije imaju moć transformirati obična mjesta u privlačne turističke destinacije, pružajući prilike za interakciju s lokalnom kulturom i zajednicom. Motivacija posjetitelja za sudjelovanje u manifestacijama može proizaći iz želje za edukacijom, zabavom, socijalizacijom ili istraživanjem novih iskustava, što manifestacije čini ključnim alatom u angažiranju i zadovoljavanju raznolikih interesa turista (Yoon i sur., 2010). Struktura motiva sadržaja turističke ponude kroz manifestacije detaljno se razmatra u kontekstu stvaranja vrijednosti i povećanja atraktivnosti destinacije. Mason (2008) argumentira da manifestacije mogu poboljšati imidž destinacije, potaknuti ekonomski razvoj i promicati kulturnu baštinu, stvarajući time sinergiju između turizma i lokalne zajednice. Međutim, također se naglašava važnost održivog planiranja i upravljanja manifestacijama kako bi se izbjegli negativni učinci poput prekomjerne eksploatacije resursa, zagušenja i mogućeg otpora lokalnog stanovništva. Ova struktura nije samo refleksija različitih interesa i potreba posjetitelja, već također odražava širu društveno-ekonomsku, kulturnu i psihološku pozadinu koja oblikuje turističko ponašanje. Uzimajući u obzir različite tipove manifestacija, moguće je identificirati ključne motive koji privlače posjetitelje (Kim i sur., 2009:424-426):

- *Obrazovni i kulturni motivi:* Kulturne manifestacije poput festivala, izložbi i povijesnih rekonstrukcija omogućuju posjetiteljima da prošire svoje znanje i razumijevanje različitih kultura i povijesnih razdoblja. Motivacija za učenjem i kulturnim obogaćenjem potiče turiste da istražuju nove destinacije u potrazi za autentičnim iskustvima.
- *Avanturistički i rekreacijski motivi:* Sportski događaji i avanturistički turizam odgovaraju na potrebu za fizičkom aktivnošću, izazovom i uzbuđenjem. Turisti traže iskustva koja će im omogućiti da testiraju svoje granice, istraže prirodu ili sudjeluju u natjecateljskim aktivnostima, čime se zadovoljavaju njihove želje za adrenalinom i osobnim ostvarenjem.

- *Gastronomski motivi:* Gastronomske manifestacije pružaju priliku za istraživanje lokalnih okusa i kulinarskih tradicija. Motivacija proizlazi iz želje za novim senzornim iskustvima i učenjem o kulturi kroz hranu, što gastronomiju čini značajnim dijelom turističke ponude.
- *Socijalni motivi:* Mnoge manifestacije privlače posjetitelje zbog socijalnih aspekata, uključujući mogućnost druženja, stvaranja novih prijateljstava i dijeljenja iskustava s drugima. Festivali i druge javne manifestacije nude platformu za zajedničko uživanje i proslavu, jačajući socijalne veze među posjetiteljima.
- *Potraga za autentičnošću:* Turisti sve više traže autentična iskustva koja odražavaju specifičnosti i jedinstvenost destinacije. Manifestacije koje naglašavaju lokalne tradicije, umjetnost i baštinu privlače one koji žele dublje razumjeti i iskusiti „pravi“ duh mjesta.

Analiza manifestacija u turizmu ne bi bila potpuna bez razmatranja izazova i prilika koje one predstavljaju. Prema Yoon i sur. (2009), ključno je razumijevanje dinamike između organizatora događaja, turista i lokalne zajednice, kao i razvoj strategija koje promiču inkluzivnost, održivost i ekonomsku isplativost. Ova kompleksnost zahtijeva holistički pristup u planiranju manifestacija, gdje se vrednuje doprinos svih dionika i teži ravnoteži između turističkih ciljeva i očuvanja lokalne baštine i identiteta (Kim i sur., 2009). Prema tome, manifestacije kao događaji i struktura motiva sadržaja turističke ponude imaju ključnu ulogu u oblikovanju turističkih iskustava i promociji destinacija. Kroz analitički i kritički pristup razumijevanju manifestacija, moguće je maksimizirati njihove pozitivne učinke i minimizirati potencijalne negativnosti, doprinoseći time održivom razvoju turističkog sektora.

3.2. Pojmovno određenje manifestacija

Manifestacije se ističu kao planirani događaji koji u sebi nose sposobnost privlačenja posjetitelja i ostvarivanja značajnog utjecaja na turističke destinacije, kako je prepoznato u radovima različitih autora. One obuhvaćaju širok spektar aktivnosti, od slavljenja i zabave do kulture, sporta, rekreacije i poslovnih događanja, čime odražavaju njihovu multifunkcionalnost i društveno-ekonomski značaj. Ovaj dinamični sektor turizma prepoznat je kao ključan element u privlačenju posjetitelja, omogućujući destinacijama da se istaknu svojom jedinstvenošću i bogatstvom ponude.

U definiranju manifestacija, Getz i Page (2015) naglašava njihovu ulogu kao specijalnih prilika koje okupljaju ljude, ističući širok spektar motiva i interesa koji stoje iza organizacije i

sudjelovanja u takvim događanjima. Slično tome, Goldblatt (2010) manifestacije vidi kao jedinstvene izvedbe ili prezentacije stvorene kako bi se proslavio određeni događaj, što ukazuje na planiranost i organizaciju iza svake manifestacije. Bowdin i sur. (2012) usmjereni su na iskustvenu komponentu, ističući kako manifestacije stvaraju jedinstvena iskustva i sjećanja za sudionike. Ritchie (1984) pak ističe stratešku upotrebu manifestacija u turizmu, posebno se fokusirajući na kulturu i sport kao glavne privlačnosti koje mogu privući turiste. S druge strane, Hall i Page (2014) manifestacije smatra kulturnim proizvodima koji odražavaju, komuniciraju i razvijaju kulturne vrijednosti i nasljeđe zajednice, naglašavajući njihovu ulogu u očuvanju kulturnog identiteta i baštine.

Kada se usporede ove definicije, jasno je da, unatoč različitim naglascima – od jedinstvenih izvedbi, preko stvaranja iskustava i sjećanja, do kulturnog značaja – sve one prepoznaju manifestacije kao događaje koji su strateški planirani i organizirani s ciljem privlačenja posjetitelja. Ove definicije zajedno odražavaju širok spektar funkcija manifestacija u turizmu, potvrđujući njihovu ključnu ulogu kao turističkih atrakcija te kao alata za promicanje i očuvanje kulturnog identiteta i baštine. Raznolikost u definicijama ukazuje na kompleksnost manifestacija kao fenomena i potrebu za njihovim detaljnim razumijevanjem u kontekstu turističke industrije.

3.3. Klasifikacija manifestacija

Klasifikacija manifestacija predstavlja značajan korak u razumijevanju i organizaciji raznolikih događaja koji se odvijaju unutar turističke industrije. Na temelju različitih kriterija, manifestacije se mogu kategorizirati u nekoliko glavnih grupa, što omogućava lakše upravljanje, planiranje i promociju od strane turističkih operatera i destinacijskih menadžment organizacija.

Jedna od osnovnih podjela manifestacija temelji se na njihovom sadržaju i tematici. U tu svrhu, manifestacije se mogu klasificirati kao kulturne, sportske, poslovne, zabavne i edukativne. Kulturne manifestacije obuhvaćaju širok raspon događaja koji promiču umjetnost, tradiciju i baštinu, uključujući festivale, izložbe i povijesne rekonstrukcije (Getz i Page, 2015). Sportske manifestacije okupljaju sudionike i gledatelje u događanjima koja se kreću od lokalnih sportskih natjecanja do međunarodnih olimpijskih igara, ističući važnost sporta kao globalnog fenomena (Chalip, 2006). Poslovne manifestacije, poput konferencija, sajmova i sastanaka, usmjerene su na profesionalni razvoj i poslovno povezivanje, imajući ključnu ulogu u MICE turizmu (Rogers,

2013). Zabavne manifestacije, uključujući koncerte, kazališne predstave i karnevale, pružaju raznolike oblike zabave za široki spektar publike (Goldblatt, 2010). Edukativne manifestacije, poput seminara, radionica i predavanja, fokusirane su na prijenos znanja i vještina sudionicima (Richards, 2018). Daljnja podjela manifestacija može se temeljiti na njihovoj veličini i geografskom dosegu, razlikujući lokalne, regionalne, nacionalne i međunarodne događaje. Lokalne manifestacije obično su usmjerene na zajednicu unutar koje se odvijaju i imaju za cilj promicanje lokalne kulture i tradicija. Regionalne manifestacije imaju veći doseg i mogu privući posjetitelje iz šireg područja, dok nacionalne i međunarodne manifestacije privlače sudionike i posjetitelje iz cijele zemlje i svijeta, često s velikim medijskim pokrivanjem i značajnim ekonomskim utjecajem (Richards, 2018). Osim toga, manifestacije se mogu klasificirati prema njihovoj periodičnosti, uključujući jednokratne, povremene i redovite događaje. Jednokratne manifestacije odvijaju se samo jednom, često kako bi se obilježio poseban događaj ili jubilej. Povremene manifestacije nemaju fiksni raspored, ali se mogu ponavljati s vremena na vrijeme. Redovite manifestacije održavaju se prema utvrđenom rasporedu, poput godišnjih festivala, pružajući dosljednost i predvidljivost u turističkom kalendaru destinacije.

Kroz različite kategorije i kriterije klasifikacije, manifestacije nude bogatstvo doživljaja i mogućnosti za destinacije. Razumijevanje i primjena ove klasifikacije omogućuje bolje ciljanje turističkih ponuda, prilagodbu interesima i očekivanjima posjetitelja te učinkovitije upravljanje resursima i promocijom.

3.4.Uloga i značaj manifestacija u kreiranju turističke ponude

Uloga i značaj manifestacija u kreiranju turističke ponude ističu se kao ključni faktori u obogaćivanju i diferenciranju destinacija u suvremenom turističkom tržištu. Manifestacije, obuhvaćajući širok raspon događaja od kulturnih i sportskih do gastronomskih i obrazovnih, pružaju jedinstvene prilike za destinacije da privuku posjetitelje, promoviraju lokalnu baštinu i ostvare ekonomsku korist. Prema Getzu i Pageu (2015), manifestacije služe kao važni katalizatori za razvoj turizma, omogućujući destinacijama da se istaknu i postignu konkurentsku prednost. One pružaju platformu za izražavanje lokalne identitete, tradicije i vrijednosti, čime se povećava atraktivnost destinacije i potiče ponovni posjet. Uz to, manifestacije često služe kao sredstvo za produljenje turističke sezone i poticanje turističke potrošnje, doprinoseći ekonomskom razvoju lokalnih zajednica (Goldblatt, 2010).

Ryan (2002) naglašava da manifestacije mogu imati značajne sociokulturne učinke, promičući osjećaj zajedništva i pripadnosti među lokalnim stanovništvom, kao i omogućavanje međukulturne razmjene između posjetitelja i domaćina. Manifestacije stvaraju prilike za izgradnju i jačanje lokalnog identiteta, očuvanje kulturne baštine i tradicija te promicanje kulturne raznolikosti. S druge strane, održavanje manifestacija također predstavlja izazove i zahtijeva pažljivo planiranje i upravljanje kako bi se osigurala njihova održivost. Prekomjerna potrošnja resursa, negativni utjecaji na lokalnu zajednicu i okoliš, te rizik od komercijalizacije kulturne baštine zahtijevaju integrirani pristup koji uravnotežuje potrebe i interese svih dionika (Hall i Page, 2014).

U kontekstu održivog turizma, manifestacije pružaju priliku za promicanje ekoloških vrijednosti, podizanje svijesti o zaštiti okoliša i očuvanju resursa. Organizacijom ekološki odgovornih događaja, destinacije mogu demonstrirati svoju posvećenost održivim principima, privlačeći time specifične segmente tržišta zainteresirane za odgovorni turizam. Konačno, manifestacije predstavljaju snažan alat za marketing i brendiranje destinacija, omogućavajući im da komuniciraju svoje jedinstvene atribute i privuku ciljane segmente turista. Kroz stratešku promociju manifestacija, destinacije mogu poboljšati svoju vidljivost na globalnom turističkom tržištu i privući veći broj posjetitelja, što dovodi do povećanja prihoda i održivog razvoja (Quinn, 2005).

3.5. Pozitivni i negativni učinci manifestacijskog turizma

Manifestacijski turizam nosi sa sobom niz pozitivnih i negativnih učinaka koji se odražavaju na destinacije, lokalne zajednice, ekonomiju, kulturu i okoliš. Prepoznavanje i razumijevanje ovih učinaka ključno je za razvoj strategija koje će maksimizirati koristi i minimizirati potencijalne štete. Tako se pozitivni učinci prepoznaju kroz:

- Ekonomski doprinos je jedan od najistaknutijih pozitivnih učinaka manifestacijskog turizma. Manifestacije privlače posjetitelje koji troše na smještaj, hranu, prijevoz i druge usluge, čime se direktno doprinosi lokalnoj ekonomiji (Getz i Page, 2015). Osim toga, manifestacije mogu stimulirati infrastrukturne investicije i stvoriti nove poslovne prilike.
- Promociju destinacije kroz manifestacije omogućava povećanje vidljivosti i privlačnosti turističke destinacije. Događaji mogu pomoći u stvaranju pozitivnog imidža destinacije i privlačenju novih segmenata turista (Ritchie i Smith, 1991).

- Očuvanje i promociju kulturne baštine: Manifestacije često služe kao platforma za predstavljanje i očuvanje kulturnih i povijesnih vrijednosti. One omogućavaju izražavanje lokalnog identiteta i tradicija te promiču kulturnu razmjenu između posjetitelja i domaćina (Fennell, 2018).
- Socijalnu koheziju i zajedništvo: Organiziranje i sudjelovanje u manifestacijama može pojačati osjećaj pripadnosti i zajedništva među članovima lokalne zajednice, kao i poboljšati odnose između domaćina i posjetitelja (Kim i sur., 2009).

Negativni učinci su pak:

1. Preopterećenost resursa: Velike manifestacije mogu dovesti do preopterećenosti lokalne infrastrukture, uključujući prometne sustave, smještajne kapacitete i javne usluge, što može negativno utjecati na kvalitetu života lokalnog stanovništva (Mairi Weber, 2019).
2. Okolišni utjecaji: Manifestacijski turizam može imati negativne posljedice na okoliš, uključujući zagađenje, otpad i degradaciju prirodnih područja, posebno u slučaju događaja koji privlače veliki broj posjetitelja (Yoon i sur., 2010).
3. Komercijalizacija kulture: Postoji opasnost od komercijalizacije kulture i tradicija, gdje se autentični kulturni elementi mogu izgubiti ili preoblikovati radi zadovoljavanja turističke potražnje (Kim i sur., 2009).
4. Ovisnost o manifestacijama: Pretjerana ovisnost o manifestacijama kao glavnom izvoru turističke privlačnosti može dovesti do ranjivosti destinacije u slučaju otkazivanja ili smanjenja broja događaja (Fennell, 2014).

Razumijevanje i upravljanje ovim učincima zahtijeva holistički pristup planiranju i provedbi manifestacija, gdje se uzimaju u obzir potrebe i očekivanja svih dionika, te se primjenjuju strategije za održivi razvoj manifestacijskog turizma.

3.6. Pregled dosadašnjih istraživanja manifestacijskog turizma

Istraživanje Maira i Webera (2019) ima za cilj pregledati postojeće stanje istraživanja u području manifestacijskog i festivalskog turizma te identificirati ključne pravce za buduća istraživanja. Temelji se na sveobuhvatnom pregledu literature koja pokriva širok spektar tema vezanih za

manifestacije i festivale, koristeći bibliometrijske analize i pregled relevantnih studija. Ključni nalazi istraživanja uključuju potrebu za razvojem robustnih teorijskih okvira koji mogu pomoći u boljem razumijevanju uloge i utjecaja manifestacija i festivala na društvo, ekonomiju i okoliš. Jedan od ključnih fokusa je održivost manifestacija, uključujući ekološke, ekonomske i društvene aspekte. Autori također prepoznaju značaj tehnologije u oblikovanju iskustava posjetitelja i efikasnosti upravljanja događajima te naglašavaju potrebu za istraživanjem utjecaja novih tehnologija poput društvenih medija, mobilnih aplikacija i virtualne stvarnosti. Važnost razumijevanja kako manifestacije doprinose društvenoj koheziji, kulturnom izrazu i identitetu zajednice također je naglašena, kao i ekonomijski učinci manifestacija, uključujući generiranje prihoda, zapošljavanje i promociju destinacije. Preporuke za buduća istraživanja uključuju interdisciplinarnu pristupe, praktičnu primjenu i globalnu perspektivu (Mair i Weber, 2019).

Getz i Page (2015) analiziraju napredak i buduće smjerove istraživanja u području manifestacijskog turizma. Kroz sustavni pregled literature, autori identificiraju glavne teme, teorijske okvire i metodološke pristupe koji su dominirali u istraživanjima od ranih 2000-ih do 2015. godine. Istraživanje naglašava evoluciju teorijskih okvira iz jednostavnih empirijskih studija u složenije teorijske pristupe, s posebnim naglaskom na održivost manifestacija. Održivi razvoj i menadžment događaja prepoznati su kao ključne teme, pri čemu se ističe potreba za istraživanjima koja se bave ekološkim, ekonomskim i društvenim aspektima održivosti. Ekonomijski učinci manifestacija, uključujući generiranje prihoda i zapošljavanje, također su temeljna tema istraživanja. Autori naglašavaju važnost kvantitativnih studija koje mjere ekonomske učinke manifestacija, kao i kvalitativnih istraživanja koja se bave percepcijama i iskustvima sudionika. Tehnološki napredak također igra značajnu ulogu u manifestacijskom turizmu, pri čemu se istražuje upotreba novih tehnologija u organizaciji i promociji manifestacija. Preporuke za buduća istraživanja uključuju interdisciplinarnu pristupe, komparativne studije i praktičnu primjenu istraživanja (Getz i Page, 2015).

Biaett i Richards (2020) istražuju načine mjerenja i interpretacije iskustava sudionika na događajima. Cilj istraživanja je razumjeti što čini događaj značajnim i vrijednim za sudionike te kako se ta iskustva mogu kvantificirati i analizirati. Koristeći kombinaciju kvalitativnih i kvantitativnih istraživačkih metoda, autori prikupljaju podatke putem anketa, dubinskih intervjua i analize sekundarnih podataka. Identificiraju nekoliko ključnih dimenzija koje oblikuju iskustvo

sudionika na događajima, uključujući emocionalne, socijalne, edukativne i zabavne aspekte. Razvijaju i testiraju različite metode mjerenja iskustava sudionika, predlažući upotrebu kombinacije anketnih upitnika, intervjua i promatranja kako bi se dobio cjelovit uvid u sudionička iskustva. Nalazi istraživanja sugeriraju da organizatori događaja trebaju uzeti u obzir različite dimenzije iskustva i značenja koja sudionici pridaju događajima, što može pomoći u dizajniranju događaja koji bolje zadovoljavaju potrebe i očekivanja sudionika. Preporuke za buduća istraživanja uključuju dublju analizu različitih tipova događaja, longitudinalna istraživanja i korištenje suvremenih tehnoloških alata za prikupljanje i analizu podataka o iskustvima sudionika u stvarnom vremenu (Biaett i Richards, 2020).

4. TURISTIČKA PONUDA GRADA VRBOVCA

Grad Vrbovec, smješten u slikovitom krajoliku kontinentalne Hrvatske, sve više se ističe kao atraktivna turistička destinacija koja privlači posjetitelje svojom bogatom poviješću, kulturom i tradicijom. Turizam u Vrbovcu temelji se na autentičnim doživljajima koji odražavaju život i običaje lokalnog stanovništva, čime se promiče očuvanje kulturne baštine i potiče održivi razvoj. U srcu ovog razvoja su događaji i kulturne manifestacije koje grad čine živopisnim i dinamičnim mjestom za posjetitelje tijekom cijele godine.

Jedan od ključnih događaja koji privlači veliki broj posjetitelja je Festival tradicionalne hrane „*Kaj su jeli naši stari*“, manifestacija koja slavi bogatstvo i raznolikost lokalne kuhinje, istovremeno educirajući o prehranbenoj kulturi regije. Pored gastronomskih užitaka, Vrbovec je i domaćin „*Vrbovečkog projahivanja i konjičkih igara*“, manifestacije koja posjetiteljima pruža uvid u tradicionalne konjičke sportove i igre koje su dio lokalne tradicije. Osim toga, proslava „*Dana grada Vrbovca*“ zauzima posebno mjesto u kalendaru događanja, ističući se kao neizostavna manifestacija koja okuplja zajednicu i posjetitelje u proslavi povijesti, kulture i zajedništva grada. Ova manifestacija ne samo da promiče lokalne običaje i kulturno naslijeđe, već i jača identitet Vrbovca kao turističke destinacije koja nudi bogat i raznolik program za sve generacije. Kroz kombinaciju gastronomije, tradicionalnih sportova i svečanosti povodom Dana grada, Vrbovec se pozicionira kao mjesto gdje se prošlost i sadašnjost susreću, pružajući posjetiteljima jedinstvene i autentične doživljaje. Prema tome, ovi događaji ne samo da promiču Vrbovec kao destinaciju koja njeguje svoje tradicije i kulturu, već i kao mjesto susreta i razmjene iskustava među ljudima različitih kultura. Kroz svoju turističku ponudu, Vrbovec teži stvaranju jedinstvenog doživljaja koji će ostati u trajnom sjećanju posjetitelja, potičući ih na ponovni dolazak.

Razvoj turizma u Vrbovcu od vitalnog je značaja ne samo za ekonomski prosperitet grada, već i za očuvanje i promicanje lokalne baštine, što ga čini nezamjenjivim dijelom šire turističke ponude regije.

4.1. Grad Vrbovec, turistička destinacija

Grad Vrbovec (Slika 1), sa svojim bogatim povijesnim naslijeđem i stabilnim društveno-političkim okruženjem, predstavlja iznimnu turističku destinaciju unutar Zagrebačke županije. Prvi pisani tragovi o Vrbovcu sežu u daleku 1244. godinu, kada je kralj Bela IV. potvrdio darovanje Vrbovca županu Junku, čime je započeta njegova bogata i burna povijest. Kroz stoljeća, Vrbovec je bio pod vlašću mnogih feudalnih gospodara, svjedočeći promjenama koje su oblikovale njegov identitet sve do današnjih dana.



Slika 1. Grb Grada Vrbovca

Izvor: Službene stranice Grada Vrbovca, *O nama*, Povijest Vrbovca - Grad Vrbovec (pristupljeno 28.2.2024).

Tako Grad Vrbovec doživljava svoj procvat u XVIII. stoljeću, uspostavom kotarske sudske i upravne vlasti, otvaranjem osnovne škole, te dolaskom poštanskih i medicinskih usluga. Ova razdoblja razvoja temelj su bogatog kulturnog i povijesnog nasljeđa koje Vrbovec danas nudi svojim posjetiteljima.¹

Značajne povijesne osobe, poput grofa Petra Zrinskog, biologa Ljudevita Farkaš-Vukotinovića i spisateljice Marije Jurić Zagorke (Slika 2), čije se bista nalazi u vrbovečkom parku, obogatile su kulturnu i povijesnu baštinu grada. Kaštel koji se prvi puta spominje 1528. godine, danas sa svojom valjkastom kulom stoji kao prepoznatljiv simbol Vrbovca, svjedočeći o bogatoj povijesti obrane i

¹ Službene stranice Grada Vrbovca, *Turizam*, [Turizam - Grad Vrbovec](#) (pristupljeno 28.2.2024).

života u regiji.²³ Međutim, osim povijesne, Vrbovec je zanimljiv i zbog svoje geoprostorne pozicije i prirodnih obilježja. Smješten u sjeveroistočnom dijelu Zagrebačke županije, grad povezuje različite regije, pružajući jedinstveno iskustvo krajolika koji varira od brežuljkastih do ravničarskih područja. Brežuljkasto-valovito područje Vrbovca i okolice, s brojnim naseljima i prirodnim ljepotama, pruža izvrsne prilike za razvoj turizma, posebice ekoturizma i ruralnog turizma. Društveno-politička stabilnost, transparentnost u upravljanju i fokus na održivi razvoj stvaraju povoljno okruženje za daljnji razvoj turizma. Suradnja s Turističkom zajednicom grada Vrbovca, investicije u turističku infrastrukturu, te razvojni projekti financirani kroz nacionalne i EU fondove, dodatno potvrđuju posvećenost grada turizmu kao ključnom segmentu za ekonomski rast i poboljšanje kvalitete života stanovnika.



Slika 2. Marija Jurić-Zagorka

Izvor: Narodna knjižnica Vrbovec, Marija Jurić – Zagorka, 145. rođendan, Marija Jurić Zagorka - 145. rođendan - Narodna knjižnica Vrbovec (nkv.hr), (pristupljeno 27.2.2024).

² Hrvatska enciklopedija, Jurić, Marija-Zagorka, [Jurić, Marija – Zagorka - Hrvatska enciklopedija](#) (pristupljeno 28.2.2024).

³ Hrvatska enciklopedija, Zrinski, Petar IV., [Zrinski, Petar IV. - Hrvatska enciklopedija](#) (pristupljeno 28.2.2024).

Obzirom na svoje povijesno naslijeđe, prirodne ljepote i stabilno društveno-političko okruženje, Vrbovec predstavlja destinaciju koja posjetiteljima nudi autentično iskustvo hrvatskog kontinentalnog turizma. Bogatstvo kulturnih i povijesnih sadržaja, zajedno s prirodnim ljepotama i gostoljubivošću lokalnog stanovništva, čine Vrbovec nezaobilaznom destinacijom za sve one koji žele upoznati pravu srž hrvatske kulturne i prirodne baštine. Dakle, riječ je o gradu smještenom u idiličnom okruženju kontinentalne Hrvatske, koji je postao prepoznatljiva turistička destinacija koja privlači svojom jedinstvenom kombinacijom tradicije, kulture i prirodne ljepote. Ovo mjesto, poznato po gostoljubivosti svojih stanovnika, nudi bogatstvo sadržaja koji posjetiteljima omogućavaju dublji uvid u lokalni način života te istraživanje bogate kulturne i povijesne baštine.⁴

Turizam u Vrbovcu usmjerava se na iskustveni i kulturni turizam, gdje posjetitelji mogu uživati u autentičnim doživljajima, kao što su razne manifestacije, festivali tradicionalne hrane, konjičke igre, i proslava Dana grada, koji ističu lokalnu tradiciju i običaje. Te aktivnosti ne samo da obogaćuju turističku ponudu, već i potiču očuvanje lokalne kulturne baštine. Osim kulturnih manifestacija, Vrbovec privlači ljubitelje prirode i rekreacije. Okolna priroda nudi brojne mogućnosti za aktivni odmor, uključujući šetnje, biciklizam te istraživanje ruralnih krajobrazu. Ova kombinacija kulture, tradicije i prirodnih ljepota čini Vrbovec privlačnom destinacijom za različite profile posjetitelja, od obitelji koje traže mir i opuštanje, do avanturista i kulturnih entuzijasta.⁵

Strategija razvoja turizma u Vrbovcu fokusira se na održivi razvoj i promociju ekoturizma, s naglaskom na zaštitu okoliša i promicanje zelenog turizma.⁶ Lokalna zajednica i turistički sektor zajednički rade na stvaranju turističke ponude koja će posjetiteljima omogućiti da na odgovoran način dožive ljepote i tradiciju Vrbovca, istovremeno doprinoseći očuvanju i valorizaciji lokalnih resursa, a kroz suradnju s Turističkom zajednicom grada Vrbovca, grad uspijeva kontinuirano unaprjeđivati svoju turističku infrastrukturu, osmišljavati nove atrakcije i sadržaje te promovirati Vrbovec kao destinaciju koja nudi jedinstvene i nezaboravne doživljaje.⁷ Sve to čini grad Vrbovec

⁴Strategija razvoja Grada Vrbovca 2021.-2027., [STRATEGIJA RAZVOJA GRADA VRBOVCA 2021. – 2027. \(vrbovec.hr\)](#) (pristupljeno 27.2.2024).

⁵ Isto.

⁶ Isto.

⁷ Isto.

mjestom koje se ne smije propustiti prilikom posjeta kontinentalnom dijelu Hrvatske, nudeći mješavinu odmora, avanture i kulture koja zadovoljava i najzahtjevnije posjetitelje.

4.2.Povijest i razvoj turizma grada Vrbovca

Povijest turizma u Vrbovcu odražava se kroz bogato kulturno i povijesno naslijeđe koje datira još iz srednjeg vijeka. Prvi pisani tragovi o Vrbovcu pojavljuju se u 1244. godini, ali pravi razvoj turizma započinje znatno kasnije, s naglaskom na kulturni i prirodni turizam koji danas dominira turističkom ponudom grada.⁸

XVIII. stoljeće donosi znatan napredak u razvoju Vrbovca, uključujući osnivanje osnovne škole, otvaranje pošte i dolazak kirurga, što postavlja temelje za razvoj civilnog društva i kasnije turističkih aktivnosti. Dolazak željeznice 1870. godine dodatno povezuje Vrbovec s okolicom i širim regijama, olakšavajući pristup i povećavajući privlačnost grada kao potencijalne turističke destinacije (Kruhek, 1995:12).

Razvoj turizma u Vrbovcu intenzivirao se krajem 20. i početkom 21. stoljeća, kada se sve veći naglasak stavlja na valorizaciju kulturnog i povijesnog naslijeđa te prirodnih ljepota. Turistička zajednica Grada Vrbovca, osnovana 1995. godine, igra ključnu ulogu u promociji grada kao turističke destinacije, razvoju turističke infrastrukture i organizaciji događanja koja privlače posjetitelje.⁹ Ipak, jedan od presudnih trenutaka za razvoj turizma u Vrbovcu svakako je bio početak organiziranja festivala „*Kaj su jeli naši stari*“, koji se prvi put održao 1981. godine. Ova manifestacija, koja slavi tradicionalnu kuhinju i lokalne proizvode, ne samo da je doprinijela prepoznatljivosti Vrbovca kao turističke destinacije, već je i potaknula interes za očuvanje i promociju kulturne baštine. Festival je primjer kako lokalna zajednica može aktivno sudjelovati u razvoju turizma, predstavljajući svoje običaje, kulturu i gastronomiju.¹⁰

Osim gastronomskih festivala, značajne uloge u razvoju turizma imale su i povijesne osobe povezane s Vrbovcem. Grof Petar Zrinski, rođen u Kaštelu koji je danas simbol grada, jedna je od

⁸Službene stranice Grada Vrbovca, Povijest Vrbovca, [Povijest Vrbovca - Grad Vrbovec](#) (pristupljeno 28.2.2024).

⁹ Isto.

¹⁰Turistička zajednica Grada Vrbovca, Manifestacije i događaji, [Kaj su jeli naši stari 2023. | Turistička zajednica Grada Vrbovca \(tz-vrbovec.hr\)](#) (pristupljeno 27.2.2024).

najznamenitijih povijesnih ličnosti, čija je baština inspiracija za brojne kulturne i turističke sadržaje. Njegova povezanost s Vrbovcem privlači ljubitelje povijesti koji žele istražiti život i djelo ove važne figure hrvatske povijesti. Nadalje, sredinom 20. stoljeća, s razvojem modernih komunikacija i prometa, Vrbovec postaje sve dostupniji posjetiteljima, što dodatno potiče razvoj turizma. Osim prirodnih ljepota i kulturnih manifestacija, Vrbovec počinje razvijati i infrastrukturu usmjerenu na turiste, uključujući smještajne kapacitete, restorane i rekreativne sadržaje (Prijetelj, 2014:9).

Turistička zajednica Grada Vrbovca ima ključnu ulogu u koordinaciji i promociji turističkih aktivnosti, surađujući s lokalnim poduzetnicima, udrugama i institucijama. Njihova inicijativa za osnivanje biciklističkih staza i pješačkih ruta kroz prirodne i kulturne znamenitosti Vrbovca primjer je kako se aktivno radi na razvoju turizma prilagođenog modernom posjetitelju. Povijesne znamenitosti, kao što su župna crkva sv. Vida i kaštel s valjkastom kulom, simbolom grada, te bogata povijest povezana s brojnim znamenitim osobama iz povijesti i kulture, čine Vrbovec atraktivnom destinacijom za kulturni turizam. Osim toga, prirodne ljepote okolice i mogućnosti za rekreaciju i odmor u prirodi doprinose sveukupnoj turističkoj ponudi grada pa je i Turistička strategija Grada Vrbovca usmjerena na održivi razvoj, promicanje ekoturizma i ruralnog turizma te na jačanje suradnje s lokalnim stanovništvom, gospodarskim subjektima i institucijama. Kroz različite projekte i aktivnosti, Vrbovec nastoji poboljšati kvalitetu života lokalne zajednice, očuvati prirodno i kulturno naslijeđe te privući domaće i strane posjetitelje (Tkalčec, 2015:119).

U novije vrijeme, s porastom interesa za ruralni turizam i bijeg od urbanog života, Vrbovec prepoznaje priliku za razvoj agroturizma. Kroz suradnju s lokalnim poljoprivrednicima, razvijaju se programi koji posjetiteljima omogućuju izravan kontakt s poljoprivrednom proizvodnjom, tradicionalnim obrtima i ruralnim načinom života.¹¹ Upravo je povijest i razvoj turizma u Vrbovcu primjer kako kontinuirani rad, inovativni projekti i suradnja svih dionika mogu transformirati lokalnu zajednicu u vibrantno turističko odredište koje njeguje svoju baštinu, a istovremeno pruža suvremene sadržaje i doživlja svojim posjetiteljima.

¹¹ Isto.

4.3. Razvoj turizma događaja i kulturnih manifestacija grada Vrbovca

Turizam događaja i kulturnih manifestacija igra ključnu ulogu u turističkom profiliranju grada Vrbovca, čineći ga prepoznatljivom destinacijom koja privlači posjetitelje svojom jedinstvenom ponudom. Kroz organizaciju raznovrsnih događanja, Vrbovec ne samo da promiče svoju bogatu kulturnu baštinu i tradicijske vrijednosti, već i potiče gospodarski razvoj, oživljavajući lokalnu zajednicu i stvarajući most između prošlosti i sadašnjosti.

Centralno mjesto u kalendaru događanja grada zauzima Festival tradicionalne hrane „*Kaj su jeli naši stari*“, manifestacija koja od 1981. godine svake godine posljednji vikend u kolovozu okuplja ljubitelje tradicionalne gastronomije. Ova manifestacija ne samo da privlači desetke tisuća posjetitelja, već i aktivno uključuje lokalne udruge žena iz Vrbovca i okolnih općina u prezentaciji i očuvanju kulinarskog naslijeđa regije. Kroz pripremu tradicijskih jela, festival postaje živući muzej lokalne kuhinje, educirajući posjetitelje o povijesnoj prehrambenoj kulturi i promičući važnost očuvanja kulturne baštine. „*Vrbovečko projahivanje i konjičke igre*“ predstavlja još jednu manifestaciju koja doprinosi turističkoj ponudi Vrbovca, ističući se svojim fokusom na konjičku tradiciju. Kroz natjecanja, prikaze vještina i radionice, ova manifestacija slavi bogatu konjičku baštinu grada i okolice, pružajući posjetiteljima uvid u tradicionalne sportske i kulturne aktivnosti vezane uz konje. Obilježavanje „*Dana grada Vrbovca*“ predstavlja vrhunac zajedništva i ponosa lokalne zajednice, kroz koji se slavi povijest, kultura i postignuća grada. Ova svečanost uključuje bogat program kulturnih, sportskih i zabavnih aktivnosti, privlačeći stanovnike i posjetitelje u proslavu identiteta i vrijednosti Vrbovca.¹²

Osim ovih ključnih događanja, Vrbovec je domaćin i brojnih drugih manifestacija tijekom godine, uključujući izložbe, festival skulptura, sportska natjecanja, edukativne radionice i sajmove, koji dodatno obogaćuju kulturni život grada. Svečanosti poput „*Vincekova*“, „*Vrbovečkog fašnika*“, „*Revije u slici*“ i „*Adventa*“ zajedno tvore raznolik kalendar događanja koji privlači širok spektar posjetitelja. Primjerice, 2021. godina bila je bogata događanjima kao što su izložba „*Botanika/reciklaža*“, festival skulptura „*Slamarama*“, Dječja sportijada, Vrbovečko projahivanje, kostimirane ture KulTurama, te Vrbovečki dani meda, svjedočeći o dinamičnom i kreativnom duhu grada. Međutim, važan aspekt turističke ponude Vrbovca čine i obilježavanja

¹²Turistička zajednica Grada Vrbovca, [O nama | Turistička zajednica Grada Vrbovca \(tz-vrbovec.hr\)](https://www.tz-vrbovec.hr) (pristupljeno 26.2.2024).

obljetnica rođenja znamenitih osoba povezanih s gradom, poput grofa Petra Zrinskog, Katarine Zrinske, Marije Jurić Zagorke, Krunoslava Kuten, Josipa Velebita i Štefe Iskre Kršnjavi. Kroz ove događaje, Vrbovec ne samo da odaje počast svojim znamenitim sugrađanima, već i promiče bogatu povijesnu i kulturnu baštinu koja privlači ljubitelje povijesti i kulture.¹³

Kroz sinergiju raznovrsnih manifestacija i događanja, Vrbovec uspješno razvija svoj turistički identitet, postajući prepoznatljiva destinacija koja nudi jedinstven spoj kulturnih, povijesnih i gastronomskih doživljaja. Aktivno uključivanje lokalne zajednice u organizaciju i provedbu ovih događaja ključno je za očuvanje tradicije i promicanje Vrbovca kao destinacije bogate autentičnim doživljajima i visokom kvalitetom turističkih usluga.

4.3.1. Festival tradicionalne hrane „Kaj su jeli naši stari“

Festival tradicionalne hrane „Kaj su jeli naši stari“ predstavlja jednu od najznačajnijih i najprepoznatljivijih kulturno-gastronomskih manifestacija u gradu Vrbovcu, koja se održava svake godine posljednji vikend u kolovozu. Od svog osnivanja 1981. godine, festival je postao simbolom očuvanja i promocije kulturne i gastronomske baštine regije, privlačeći posjetitelje iz cijele Hrvatske i inozemstva željne autentičnih doživljaja i tradicionalnih okusa. A o kulinarskoj tradiciji ovoga kraja govori i podatak da je od 1925. do 1940. godine tu djelovala „Domaćinska škola“, začeta u Lovrečina gradu.¹⁴



Slika 3. Logo Festivala „Kaj su jeli naši stari“

Izvor: Program događanja 25.8.-27.8.2023., [Program KSJNS 2023 - non printable.pdf \(kajsujelinasistari.hr\)](#) (pristupljeno 27.2.2024).

¹³ Isto.

¹⁴ Vrbovec.hr, „Kaj su jeli naši stari“, [Vrbovec.hr » Turizam » „Kaj su jeli naši stari“ \(archive.org\)](#) (pristupljeno 01.3.2024).

Cilj festivala je revitalizacija i prezentacija tradicijske prehrane i načina života, koja je nekada bila uobičajena u Vrbovcu i okolnim općinama. Tijekom trodnevnog događanja, posjetiteljima se nudi jedinstvena prilika da degustiraju jela koja su pripremale generacije njihovih predaka, a koja su temeljena na lokalnim sastojcima i receptima prenošenim iz generacije u generaciju.

Centralnu ulogu u organizaciji i provedbi festivala imaju udruge žena iz Vrbovca i okolnih općina, uključujući Preseku, Rakovec, Gradec, Dubrave i Farkaševca. Ove udruge su odgovorne za pripremu tradicijskih jela svojih krajeva, demonstrirajući pritom tehniku pripreme i značaj svakog jela unutar lokalne gastronomske tradicije. Aktivnosti uključuju edukativne radionice, kuhanje na otvorenom i degustacije, koje posjetiteljima omogućuju da se izravno upuste u kulturno naslijeđe regije pa festival „*Kaj su jeli naši stari*“ nije samo gastronomska manifestacija; on također uključuje bogat kulturni program koji obuhvaća izložbe, koncerte, folklorna izvođenja i druge aktivnosti koje prikazuju širinu i raznolikost lokalne kulturne scene. Kroz ove aktivnosti, festival pruža sveobuhvatan uvid u život i običaje ljudi koji su naseljavali ovo područje, potičući razumijevanje i poštovanje prema povijesnom i kulturnom kontekstu regije. Također, značaj festivala „*Kaj su jeli naši stari*“ za turizam i gospodarstvo grada Vrbovca ne može se podcijeniti. Svake godine, manifestacija privlači nekoliko desetaka tisuća turista, generirajući značajan prihod za lokalne ugostitelje, proizvođače i obrtnike, dok se 2009. godine manifestacija proširila na: „*Kaj su pili naši stari?*“, koji se održava u vinskom podrumu tržnice u Vrbovcu u organizaciji Udruge vinara i vinogradara Grada Vrbovca. Osim toga, festival doprinosi jačanju lokalnog identiteta i zajedništva, promičući Vrbovec kao destinaciju koja cijeni svoju baštinu i otvorena je prema posjetiteljima. Kroz svoj dugogodišnji razvoj, Festival tradicionalne hrane „*Kaj su jeli naši stari*“ postao je ključni događaj u kulturnom i turističkom kalendaru Vrbovca, simbolizirajući predanost grada očuvanju svoje bogate gastronomske i kulturne baštine te predstavljajući most između prošlosti i budućnosti lokalne zajednice.¹⁵

¹⁵Turistička zajednica Zagrebačke županije, „*Kaj su jeli naši stari?*“, ["Kaj su jeli naši stari" od 26. do 28. 8. 2022. u Vrbovcu - Turistička zajednica Zagrebačke županije \(visitzagrebcounty.hr\)](https://www.visitzagrebcounty.hr) (pristupljeno 01.3.2024).

4.3.2. Manifestacija „Vrbovečko projahivanje i konjičke igre“

Tradicionalna manifestacija „Vrbovečko projahivanje i konjičke igre“ predstavlja jedan od najistaknutijih događaja u kalendaru kulturnih i turističkih aktivnosti grada Vrbovca, koja godišnje privlači veliki broj posjetitelja, ljubitelja konja i tradicije. Godine 2023. održana je šesta po redu manifestacija koja je bila ispunjena tradicijom, zabavom i sportskim duhom, usredotočen na ljepotu i eleganciju konja i konjičkog sporta.¹⁶

Svečani mimohod konjanika, kočija i zaprega, koji će se odvijati ulicama Vrbovca, ne samo da služi kao uvod u manifestaciju, već i kao pokazatelj bogate povijesti i kulturne baštine povezane s konjima u ovom dijelu Hrvatske. Mimohod, u kojem sudjeluju sudionici odjeveni u tradicionalne nošnje, pruža jedinstvenu sliku prošlosti, čime se oživljava duh povijesnih vremena kada su konji igrali ključnu ulogu u svakodnevnom životu. Nakon mimohoda, posjetitelji će biti upućeni na livadu gdje će se održati glavni dio manifestacije - konjičke igre. Ove igre predstavljaju test vještine i spretnosti kako za konje tako i za jahače, uključujući natjecanja u brzini, agilnosti i preciznosti. Konjičke igre su zamišljene kako bi demonstrirale tradicionalne konjičke vještine koje su se prenosile kroz generacije, ujedno pružajući zabavu i uzbuđenje za gledatelje.¹⁷

Igre uključuju različite discipline koje mogu varirati od jahanja kroz prepreke, trke u brzini, do preciznih zadataka poput postavljanja kopljem kroz uske ciljeve. Svaka igra dizajnirana je da istakne harmoniju i partnerstvo između konja i jahača, naglašavajući vještine koje su neophodne za uspješno upravljanje i vođenje konja. Osim sportskog i natjecateljskog aspekta, „Vrbovečko projahivanje i konjičke igre“ također su prilika za edukaciju i upoznavanje s konjičkom kulturom. Organiziraju se radionice i demonstracije koje posjetiteljima omogućavaju dublji uvid u svijet konjarstva, uključujući njegu konja, povijest konjičkih sportova i značaj konja u ruralnom životu. Manifestacija je, iz godine u godinu, postala ne samo simbol Vrbovca kao mjesta koje njeguje i čuva svoju kulturnu baštinu, već i kao destinacije koja privlači turiste i ljubitelje konja iz cijele Hrvatske i inozemstva. „Vrbovečko projahivanje i konjičke igre“ predstavljaju jedinstvenu priliku

¹⁶Kulturama.hr, „Vrbovečko projahivanje i konjičke igre“, [6. Vrbovečko projahivanje i konjičke igre – Kulturama.hr](https://www.kulturama.hr/6-vrbovecko-projahivanje-i-konjičke-igre) (pristupljeno 29.2.2024).

¹⁷Turistička zajednica grada Vrbovca (2021). Izvještaj o radu direktorice i Turističkog ureda turističke zajednice grada Vrbovca za 2020. godinu, [Izvjestaj-o-radu-direktorice-TZ-za-2020.pdf \(tz-vrbovec.hr\)](https://www.tz-vrbovec.hr/izvjestaj-o-radu-direktorice-tz-za-2020.pdf) (pristupljeno 01.3.2024).

za zajednicu da se okupi, slavi i dijeli svoju strast prema konjičkoj tradiciji, čineći ovu manifestaciju ključnim događajem u promociji turizma i kulture grada Vrbovca.¹⁸

4.3.3. Obilježavanje „Dana grada Vrbovca“

Obilježavanje „Dana grada Vrbovca“ temelji se na dubokoj povijesnoj i kulturnoj tradiciji ovog grada, a odvija se svake godine kao svečana proslava koja simbolizira identitet, zajedništvo i ponos lokalne zajednice. Praznik grada Vrbovca vezan je uz dan svetog Vida, zaštitnika grada, čiji se blagdan slavi 15. lipnja. Ovaj datum izabran je kao Dan grada zbog dugogodišnje tradicije štovanja svetog Vida u Vrbovcu, čija figura stoji u središtu vjerskog, kulturnog i društvenog života grada. Sveti Vid, poznat kao zaštitnik od očnih bolesti i zaštitnik djece, ima posebno mjesto u srcima Vrbovčana, a njegov blagdan služi kao idealna prilika za zajedničko okupljanje i proslavu. S obzirom na to da je Vrbovec tijekom svoje povijesti prolazio kroz razne povijesne promjene, obilježavanje Dana grada postalo je i način reflektiranja na prošlost, sadašnjost i budućnost, te prilika za prenošenje vrijednosti i tradicija mlađim generacijama.¹⁹

Proslava Dana grada Vrbovca postala je tradicionalna manifestacija koja se održava od osamostaljenja Republike Hrvatske, postajući sve bogatija i raznovrsnija s godinama. Osim što ima duboke korijene u vjerskim tradicijama, obilježavanje ovog dana odražava i bogatu povijest Vrbovca koja se proteže još od srednjeg vijeka, kada se grad prvi put spominje u pisanim dokumentima.

Program obilježavanja „Dana grada Vrbovca“ obuhvaća različite aktivnosti koje odražavaju kulturnu, povijesnu, sportsku i gastronomsku baštinu grada. Središnji dio proslave često uključuje misu u čast svetog Vida, procesije, kao i svečane sjednice Gradskog vijeća na kojima se dodjeljuju priznanja i nagrade zaslužnim pojedincima i udrugama. Kulturni programi, sportska natjecanja, koncerti, izložbe i radionice dodatno obogaćuju proslavu, privlačeći posjetitelje svih dobnih skupina.²⁰ Dakle, u okviru proslave, organiziraju se brojne kulturne manifestacije poput izložbi, koncerata klasične i suvremene glazbe, kazališnih predstava i folklornih nastupa. Te aktivnosti ističu kulturnu raznolikost i bogatstvo Vrbovca, predstavljajući kako tradicionalnu tako i modernu

¹⁸ Isto.

¹⁹Turistička zajednica Grada Vrbovca (2021). Program rada TZ Grada Vrbovca s financijskim planom za 2022. godinu, [Program-rada-TZ-Vrbovec-za-2022.-finalno-1.pdf](#) (pristupljeno 29.2.2024).

²⁰Glasnik Grada Vrbovca (2021). Statut Grada Vrbovca (2/20), [5Statut-Grada-Vrbovca.pdf \(vrbovec.hr\)](#) (29.2.2024).

umjetnost i kulturu. Kulturni program često uključuje i gostovanja umjetnika i skupina iz drugih dijelova Hrvatske i inozemstva, što doprinosi međukulturalnoj razmjeni i jačanju veza s drugim zajednicama. Nadalje, sportski segment obilježavanja „*Dana grada Vrbovca*“ uključuje organizaciju različitih sportskih natjecanja i turnira za sve uzraste, promovirajući zdrav život i sportski duh među stanovništvom. Ovi događaji obuhvaćaju razne sportove, od nogometa i košarke do atletike i biciklizma, pružajući priliku za aktivno sudjelovanje i uživanje u sportskim aktivnostima. Uz to, za posjetitelje i stanovnike, obilježavanje također nudi bogatu gastronomsku ponudu, s naglaskom na lokalne specijalitete i tradicionalnu kuhinju. Prehrambeni štandovi i degustacije omogućavaju upoznavanje s tradicijskim jelima i pićima Vrbovca, čime se promiče lokalna gastronomska baština.²¹

Obilježavanje „*Dana grada Vrbovca*“ završava svečanim vatrometom, koji simbolizira kraj proslave i zajedničku nadu i optimizam za budućnost. Ova manifestacija ne samo da jača osjećaj pripadnosti i ponosa među stanovnicima Vrbovca, već i privlači posjetitelje iz različitih dijelova zemlje i inozemstva, promovirajući Vrbovec kao mjesto bogate povijesti, kulture i tradicije. Kroz svoje obilježavanje, Dan grada Vrbovca postaje prilika za stanovnike da izraze zajedništvo i ponos na svoju lokalnu zajednicu, kao i za predstavljanje Vrbovca posjetiteljima kao grada bogate kulture, povijesti i tradicije. Ova manifestacija stoga ne samo da jača osjećaj identiteta među stanovnicima, već i potiče razvoj turizma i kulturne razmjene, doprinoseći sveukupnom prosperitetu i razvoju Vrbovca.²²

²¹Turistička zajednica Grada Vrbovca (2021). Op. cit. bilj.

²² Isto.

5. ANKETNO ISTRAŽIVANJE PERCEPCIJE, STAVOVA I ISKUSTAVA LOKALNE ZAJEDNICE MANIFESTACIJSKOG TURIZMA GRADA VRBOVCA

Lokalna zajednica ima ključnu ulogu u oblikovanju i primjeni strategija razvoja turizma, stoga je razumijevanje njihovih percepcija, stavova i iskustava temelj za daljnje planiranje i unapređenje turističkih aktivnosti. Anketno istraživanje provedeno među stanovnicima, posjetiteljima i turistima Grada Vrbovca omogućuje dublje uvide u njihov odnos prema manifestacijskom turizmu te identifikaciju potencijalnih izazova i prilika koje takav oblik turizma predstavlja za lokalnu zajednicu. Kroz ovaj pristup, istraživanje pridonosi razvoju efektivnijih strategija koje mogu maksimizirati pozitivne učinke i minimizirati eventualne negativne posljedice manifestacija na lokalnu zajednicu.

5.1. Metodologija istraživanja

Istraživanje se temelji na kvantitativnoj metodi prikupljanja podataka, koristeći Google anketu u razdoblju od mjesec dana, točnije od 12. travnja do 12. svibnja 2014. godine, kao glavni instrument za distribuciju i sakupljanje odgovora. Nadalje, za potrebe istraživanja kreirana je strukturirana anketa koja se sastoji od višestrukih izbora, Likertovih skala i otvorenih pitanja kako bi se dobili kvalitativni i kvantitativni podaci. Anketni upitnik dizajniran je tako da omogućava jednostavno i brzo ispunjavanje, a distribuiran je online putem platformi društvenih medija, e-maila te lokalnih online foruma, čime se osigurava širok doseg među stanovnicima i posjetiteljima Vrbovca. Nakon prikupljanja podataka, analiza se provodi pomoću statističkog programa SPSS. Ovaj program koristi se za detaljnu statističku obradu podataka, uključujući deskriptivnu statistiku koja pruža osnovne informacije o distribuciji odgovora, kao i ANOVA test, koji omogućuje usporedbu percepcija među različitim demografskim skupinama. Rezultati istraživanja prezentirani su tablično kako bi se omogućila njihova jasna vizualizacija.

5.2.Uzorak istraživanja

Za potrebe anketnog istraživanja percepcije, stavova i iskustava lokalne zajednice manifestacijskog turizma Grada Vrbovca odabran je uzorak od 263 ispitanika. Uzorak je formiran metodama slučajnog uzorkovanja kako bi se osigurala objektivnost prikupljenih podataka, omogućavajući generalizaciju rezultata na širu populaciju. Uzorak obuhvaća kako stanovništvo Grada Vrbovca tako i turiste koji su posjetili grad u vrijeme trajanja istraživanja. Slučajno uzorkovanje provedeno je korištenjem pristupa u kojem su pojedinci odabrani iz opće populacije stanovnika i turista bez ikakvih predodređenih kriterija.

Sudionici su regrutirani putem online platformi, na lokacijama popularnim među turistima te kroz lokalne zajednice i udruge. Anketni upitnici distribuirani su digitalno, što je omogućilo efikasno prikupljanje podataka uz minimalne logističke poteškoće. Nadalje, 263 ispitanika omogućuje statističku pouzdanost dobivenih rezultata te pruža čvrstu osnovu za evaluaciju i analizu stavova i iskustava vezanih za manifestacijski turizam u Gradu Vrbovcu. S obzirom na veličinu uzorka, moguće je izvoditi zaključke s visokom razinom pouzdanosti, što je ključno za planiranje budućih turističkih inicijativa i poboljšanja.

5.3.Rezultati istraživanja

Interpretacija rezultata anketnog istraživanja percepcije, stavova i iskustava lokalne zajednice manifestacijskog turizma Grada Vrbovca, temelji se na podacima dobivenim od 263 ispitanika. Rezultati socio-demografskih obilježja pružaju uvid u demografsku strukturu uzorka, obrazovni profil, zanimanje, mjesto stanovanja, trajanje stanovanja u zajednici te učestalost posjećivanja manifestacija (Tablica 1). Najzastupljenija starosna grupa među ispitanicima je skupina od 35 do 44 godine, koja čini 29.2% uzorka. Slijede ih osobe u dobi od 25 do 34 godine s 23.2%, a najmanje zastupljeni su mlađi od 18 godina, koji čine samo 10.3% uzorka. Ovi podaci ukazuju na to da je većina ispitanika u produktivnoj životnoj dobi, što može imati utjecaj na percepcije i iskustva povezana s manifestacijskim turizmom. Raspodjela po spolu pokazuje veću zastupljenost žena u uzorku (76.8%) od muškaraca (23.2 %).

Kada je u pitanju obrazovanja, većina ispitanika ima završen srednju školu (54.8%) dok ili diplomski odnosno poslijediplomski studij (42.6%) dok je osnovnu školu je završilo samo 2.7%

ispitanika, što ukazuje na srednjoškolski i visok obrazovni profil uzorka dok. Visok stupanj obrazovanja može utjecati na sposobnost kritičkog razmišljanja i formiranje mišljenja o manifestacijama. Nadalje, najviše ispitanika je zaposleno (72.6%), što ukazuje na ekonomsku aktivnost većine uzorka. Studenti čine 5,3%, a umirovljenika je 7.2%. Manji postotci su nezaposlenih (6.8%) i samozaposlenih (5.3%).

Većina ispitanika (58.2%) živi u Vrbovcu, dok ostatak živi izvan grada ali unutar Zagrebačke županije (24.7%) ili izvan županije (17.1%) te ih većina (78.3%) živi u svojoj trenutnoj zajednici više od 10 godina, što sugerira duboke korijene i moguću veću povezanost s lokalnim događanjima. Oni koji žive kraće vrijeme možda još uvijek formiraju svoje mišljenje o lokalnim manifestacijama.

Što se tiče posjećivanja manifestacija u Vrbovcu, najveći broj ispitanika ih često (*većinu manifestacija*) posjećuje (31.2%), dok ih redovito (svaku manifestaciju) posjećuje 26.3% ispitanika. Značajna grupa (10,3%) rijetko posjećuje manifestacije. Ovi podaci ukazuju na visok interes i zadovoljstvo ponuđenim sadržajima, česta posjećenost doprinose lokalnoj ekonomiji kroz potrošnju na hranu, piće, suvenire i druge usluge. Entuzijazam posjetitelja većine manifestacija također može privući nove posjetitelje kroz usmenu preporuku i pozitivne recenzije na društvenim mrežama.

Tablica 1. Socio-demografska obilježja ispitanika (n 263)

| | | N | % |
|--|--------------------------|-----|--------|
| Dob | Mlađi od 18 | 1 | 0,4% |
| | 18-24 | 27 | 10,3% |
| | 25-34 | 61 | 23,2% |
| | 35-44 | 78 | 29,7% |
| | 45-54 | 54 | 20,5% |
| | 55-64 | 31 | 11,8% |
| | 65 i više | 11 | 4,2% |
| | Ukupno | 263 | 100,0% |
| Spol | Muško | 61 | 23,2% |
| | Žensko | 202 | 76,8% |
| | Preferiram ne odgovoriti | 0 | 0,0% |
| | Ukupno | 263 | 100,0% |
| Najviša razina obrazovanja koju ste završili | Osnovna škola | 7 | 2,7% |
| | Srednja škola | 144 | 54,8% |

| | | | |
|---|---|-----|--------|
| | Viša škola / stručni studij | 48 | 18,3% |
| | Sveučilišni preddiplomski studij | 21 | 8,0% |
| | Sveučilišni diplomski ili poslijediplomski studij | 43 | 16,3% |
| | Ukupno | 263 | 100,0% |
| Vaše trenutno zanimanje | Zaposlen/a (navesti sektor) | 191 | 72,6% |
| | Nezaposlen/a | 18 | 6,8% |
| | Student/ica | 14 | 5,3% |
| | Umirovljenik/ca | 19 | 7,2% |
| | Samozaposlen/a | 14 | 5,3% |
| | Domaćica/domaćin | 6 | 2,3% |
| | Preferiram ne odgovoriti | 1 | 0,4% |
| | Ukupno | 263 | 100,0% |
| Vaše mjesto stanovanja | U Vrbovcu | 153 | 58,2% |
| | Izvan Vrbovca, ali u Zagrebačkoj županiji | 65 | 24,7% |
| | Izvan Zagrebačke županije | 45 | 17,1% |
| | Ukupno | 263 | 100,0% |
| Koliko dugo živite u svojoj trenutnoj zajednici (ako ne živite u Vrbovcu, odgovorite prema trenutnom mjestu stanovanja) | Manje od godine dana | 7 | 2,7% |
| | 1-5 godina | 24 | 9,1% |
| | 6-10 godina | 26 | 9,9% |
| | Više od 10 godina | 206 | 78,3% |
| | Ukupno | 263 | 100,0% |
| Koliko često posjećujete manifestacije u Vrbovcu | Redovito (svaku manifestaciju) | 70 | 26,6% |
| | Često (većinu manifestacija) | 82 | 31,2% |
| | Ponekad (nekoliko manifestacija godišnje) | 46 | 17,5% |
| | Rijetko (jednom godišnje ili rjeđe) | 38 | 14,4% |
| | Nikada | 27 | 10,3% |
| | Ukupno | 263 | 100,0% |
| Jeste li član neke lokalne udruge ili organizacije | Da | 42 | 16,0% |
| | Ne | 221 | 84,0% |
| | Ukupno | 263 | 100,0% |

Izvor: autorica rada

Nadalje prema provedenom istraživanju, 42 (16%) ispitanika navelo je da su članovi nekih udruga. U sljedećoj tablici prikazane su različite udruge kojima ispitanici pripadaju.

Tablica 2: Udruge kojima pripadaju ispitanici

| | N |
|---|---|
| Biciklistički klub | 1 |
| Dvd | 1 |
| DvdPeskovec | 1 |
| DVD Preseka | 1 |
| HKUD "Petar Zrinski" | 1 |
| HKUD Petar Zrinski | 1 |
| HKUD Petar Zrinski, Pera | 1 |
| IFS Brčevac | 1 |
| KUD Petar Zrinski | 1 |
| KUD Preporod, DND | 1 |
| Lgmv | 1 |
| Lovackeudruge.kinoloske udruge | 1 |
| Lovačka udruga | 1 |
| Lovci i ribolovci | 1 |
| Nisam član. | 1 |
| Nk Ban Jelačić Banovo | 1 |
| Nogometni klub | 2 |
| Osebjek, NK Ban Jelačić, Udruga Vinogradara Vrbovec i Preseka, Umirovljenici Preseke. | 1 |
| Rara Avis | 1 |
| Udruga pcelara | 1 |
| Udruga pčelara | 1 |
| Udruga Pera | 1 |
| Udruga pera,udruga ružin krug, udruga pivara,udruge žena | 1 |
| Udruga SMIRINO Gradina | 2 |
| Udruga umirovljanika | 1 |
| Udruga ženaLonjica | 1 |
| Udruga žena | 3 |
| Udruga žena Celine | 1 |
| Udruga žena Novo Selo | 1 |
| Udruge Nota | 1 |
| Udruge žena | 1 |
| Vatrogasac | 1 |
| Vrbovečka udruga pivara | 1 |
| Vrbovečka udruga vinogradara | 1 |
| VUM | 1 |

Izvor: autorica rada

Tablica 2. Jasno prikazuje članstva ispitanika u različitim udrugama, pri čemu je najveći broj ispitanika članovi raznih Udruge žena čak 8 ispitanika dok su ostale udruge manje zastupljene.

Sljedećih nekoliko pitanja postavljeno je putem Likertove skale, pri čemu su se odgovori davali brojevima od 1 do 5, koji imaju sljedeće značenje:

1 - u potpunosti se ne slažem,

2 - ne slažem se,

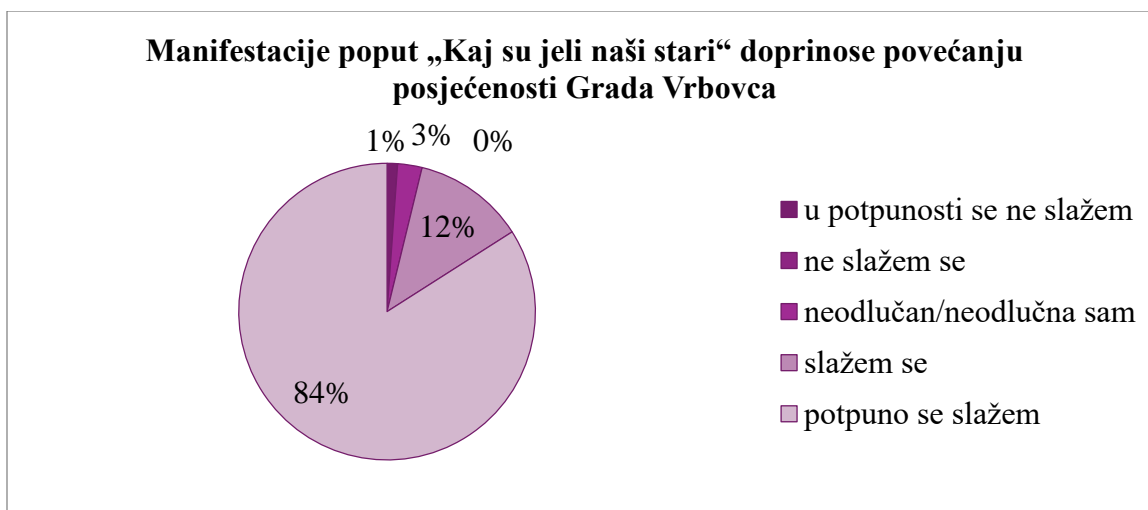
3 - niti se slažem niti se ne slažem,

4 - slažem se,

5 - u potpunosti se slažem.

Grafikon 1. prikazuje rezultate za pitanje o utjecaju manifestacije "Kaj su jeli naši stari" na posjećenost Grada Vrbovca. Rezultati pokazuju da velika većina ispitanika (84,0%) u potpunosti se slaže da manifestacije poput 'Kaj su jeli naši stari' doprinose povećanju posjećenosti Grada Vrbovca. Manji postotak ispitanika je neodlučan (2,7%), dok se vrlo mali broj ispitanika (1,1%) u potpunosti ne slaže s ovom tvrdnjom. Ovo ukazuje na snažan pozitivan stav prema utjecaju ove manifestacije na turizam u Gradu Vrbovcu.

Graf 1. Utjecaju manifestacije "Kaj su jeli naši stari" na posjećenost Grada Vrbovca

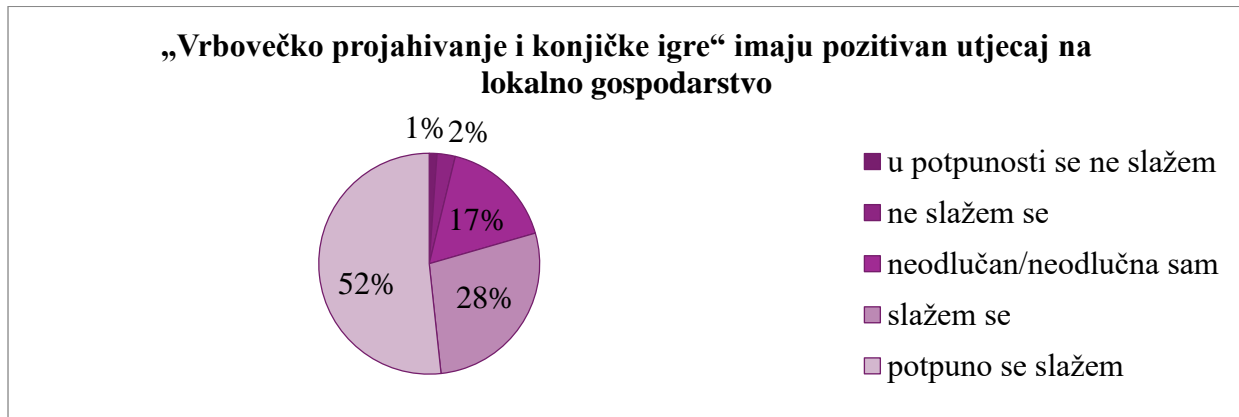


Izvor: autorica rada

Grafikon 2. prikazuje stavove ispitanika o utjecaju manifestacije 'Vrbovečko projahivanje i konjičke igre' na lokalno gospodarstvo. Rezultati istraživanja pokazuju da većina ispitanika (51,7%) u potpunosti se slaže da 'Vrbovečko projahivanje i konjičke igre' imaju pozitivan utjecaj

na lokalno gospodarstvo, dok se 27,8% ispitanika slaže s tom tvrdnjom. Manji postotak ispitanika je neodlučan (16,7%), a samo 1,1% u potpunosti se ne slaže te 2,7% se ne slaže. Ovi rezultati ukazuju na opće pozitivno mišljenje o ekonomskom utjecaju manifestacije.

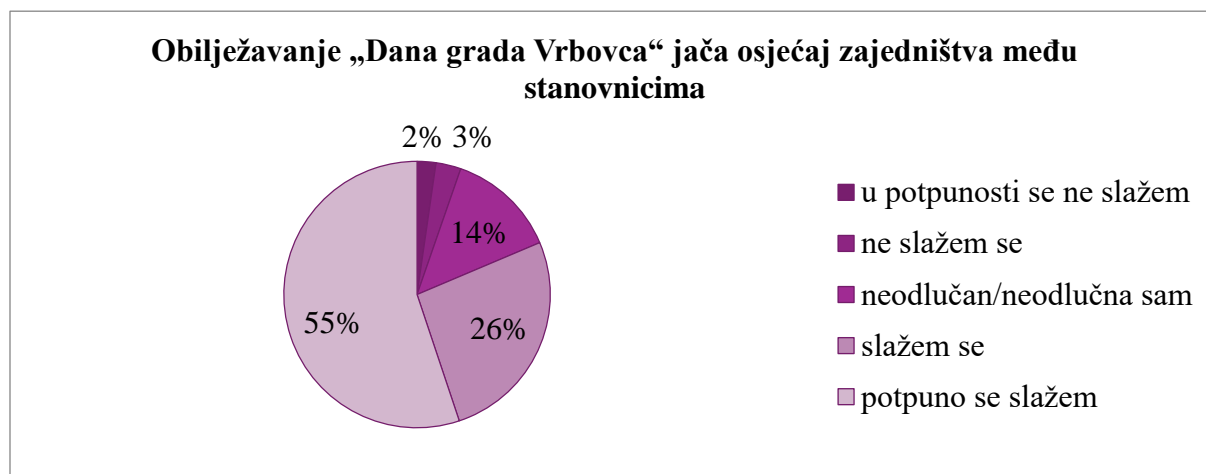
Graf 2. Stav ispitanika da manifestacija „Vrbovečko projahivanje i konjičke igre“ imaju pozitivan utjecaj na lokalno gospodarstvo



Izvor: autorica rada

Grafikon 3. prikazuje stavove ispitanika o tome jača li obilježavanje 'Dana grada Vrbovca' osjećaj zajedništva među stanovnicima. Rezultati istraživanja pokazuju da većina ispitanika (55,1%) u potpunosti se slaže da obilježavanje 'Dana grada Vrbovca' jača osjećaj zajedništva među stanovnicima, dok se 26,2% ispitanika slaže s tom tvrdnjom. Manji postotak ispitanika je neodlučan (13,3%), dok se 2,3% u potpunosti ne slaže te 3,0% ne slaže. Ovi rezultati ukazuju na opće pozitivno mišljenje o utjecaju ove manifestacije na jačanje zajedništva među stanovnicima.

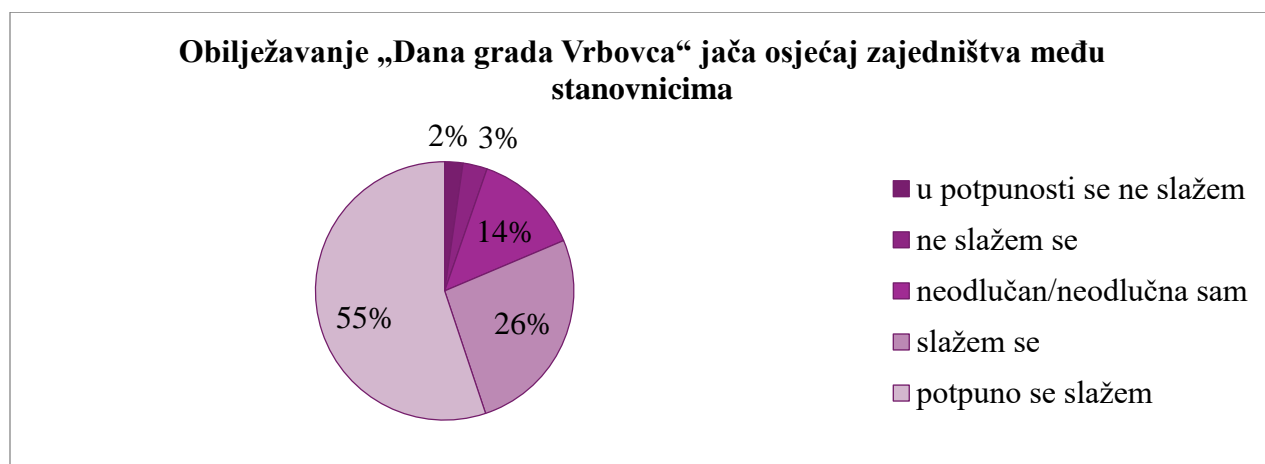
Graf 3. Obilježavanje „Dana grada Vrbovca“ jača osjećaj zajedništva među stanovnicima



Izvor: autorica rada

Grafikon 4. prikazuje utjecaj obilježavanja „Dana grada Vrbovca“ na jačanje osjećaja zajedništva među stanovnicima. Rezultati istraživanja pokazuju da većina ispitanika (55,1%) u potpunosti se slaže da obilježavanje 'Dana grada Vrbovca' jača osjećaj zajedništva među stanovnicima, dok se 26,2% ispitanika slaže s tom tvrdnjom. Manji postotak ispitanika je neodlučan (13,3%), dok se 2,3% u potpunosti ne slaže te 3,0% ne slaže. Ovi rezultati ukazuju na opće pozitivno mišljenje o utjecaju ove manifestacije na jačanje zajedništva među stanovnicima

Graf 4. Utjecaj obilježavanja „Dana grada Vrbovca“ na jačanje osjećaja zajedništva među stanovnicima

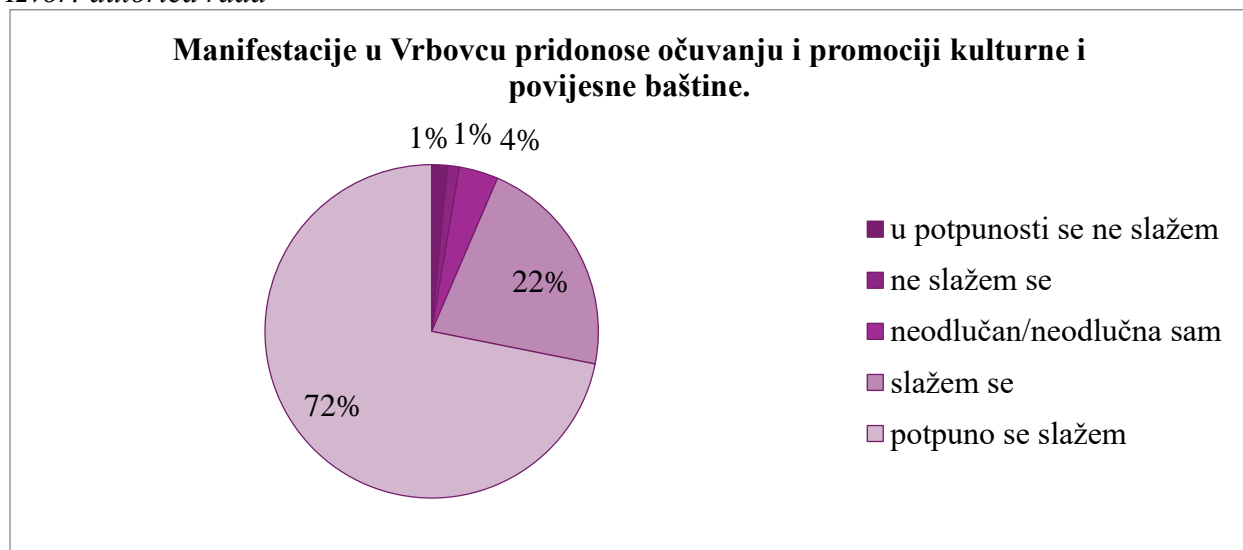


Izvor: autorica rada

Grafikon 5. prikazuje stavove ispitanika o tome pridonose li manifestacije u Vrbovcu očuvanju i promociji kulturne i povijesne baštine. Rezultati istraživanja pokazuju da većina ispitanika (71,9%) u potpunosti se slaže da manifestacije u Vrbovcu pridonose očuvanju i promociji kulturne i povijesne baštine, dok se 21,7% ispitanika slaže s tom tvrdnjom. Manji postotak ispitanika je neodlučan (3,8%), dok se 1,5% u potpunosti ne slaže te 1,1% ne slaže. Ovi rezultati ukazuju na opće pozitivno mišljenje o utjecaju ovih manifestacija na očuvanje i promociju kulturne i povijesne baštine

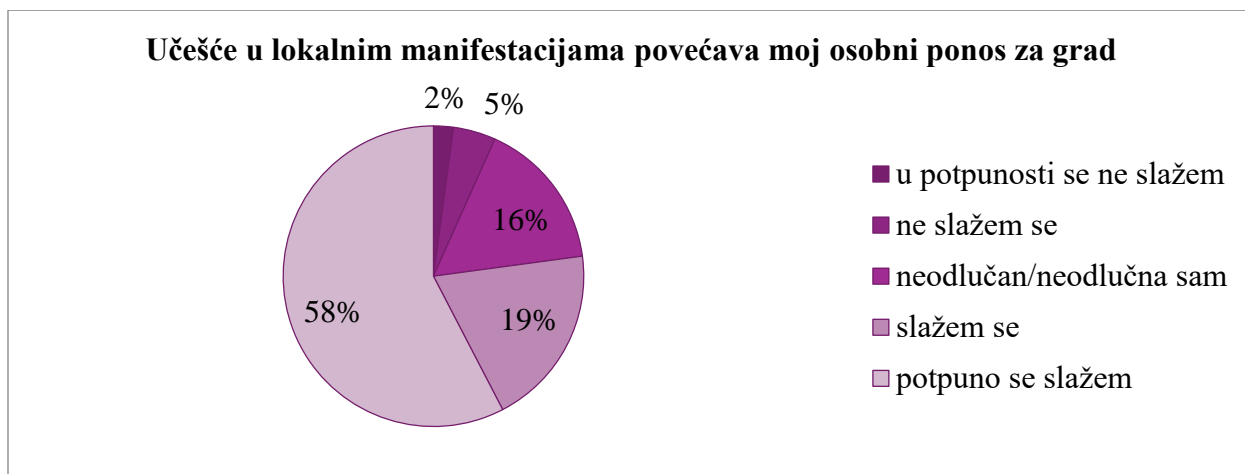
Graf 5. Manifestacije u Vrbovcu pridonose očuvanju i promociji kulturne i povijesne baštine

Izvor: autorica rada



Grafikon 6. prikazuje da li učešća u lokalnim manifestacijama utječe na osobni ponos za grad. Rezultati istraživanja pokazuju da većina ispitanika (47,1%) u potpunosti se slaže da učešće u lokalnim manifestacijama povećava njihov osobni ponos za grad, dok se 24,3% ispitanika slaže s tom tvrdnjom. Manji postotak ispitanika je neodlučan (20,2%), dok se 2,7% u potpunosti ne slaže te 5,7% ne slaže. Ovi rezultati ukazuju na opće pozitivno mišljenje o utjecaju lokalnih manifestacija na osobni ponos građana.

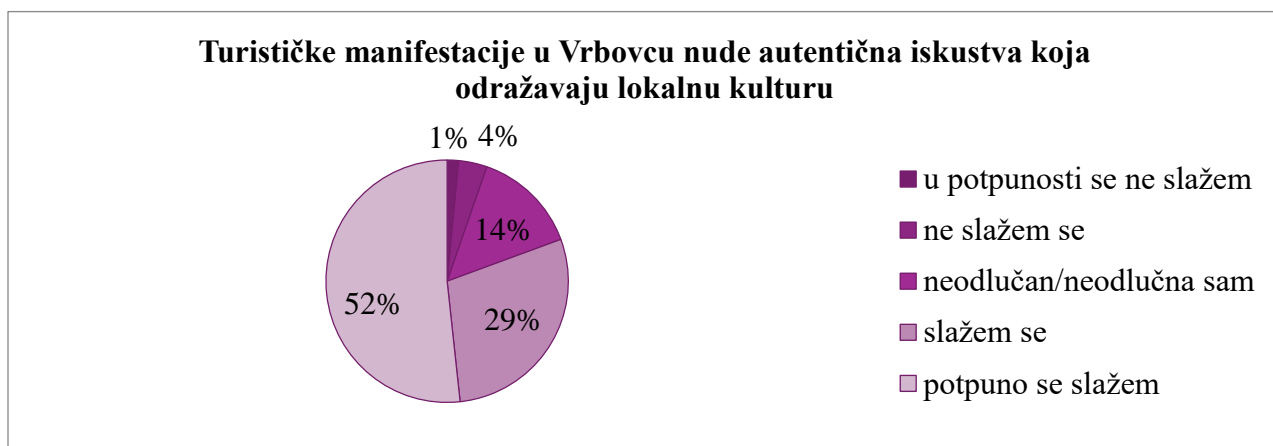
Graf 6. Učešće u lokalnim manifestacijama povećava moj osobni ponos za grad



Izvor: autorica rada

Grafikon 7. Prikazuje stavove ispitanika o tome nude li turističke manifestacije u Vrbovcu autentična iskustva koja odražavaju lokalnu kulturu. Rezultati istraživanja pokazuju da većina ispitanika (51,7%) u potpunosti se slaže da turističke manifestacije u Vrbovcu nude autentična iskustva koja odražavaju lokalnu kulturu, dok se 28,9% ispitanika slaže s tom tvrdnjom. Manji postotak ispitanika je neodlučan (14,1%), dok se 1,5% u potpunosti ne slaže te 3,8% ne slaže. Ovi rezultati ukazuju na opće pozitivno mišljenje o autentičnosti turističkih manifestacija u Vrbovcu.

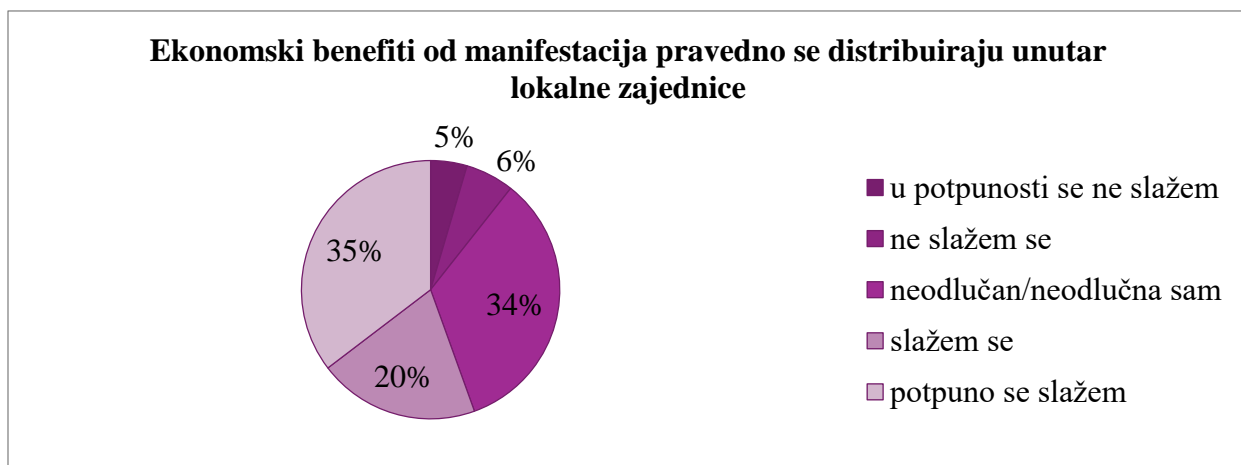
Graf 7. Turističke manifestacije u Vrbovcu nude autentična iskustva koja odražavaju lokalnu kulturu



Izvor: autorica rada

Grafikon 8. Prikazuje stavove ispitanika o pravednosti distribucije ekonomskih benefita od manifestacija unutar lokalne zajednice. Rezultati istraživanja pokazuju da je značajan postotak ispitanika pozitivno orijentiran prema pravednosti distribucije ekonomskih benefita od manifestacija unutar lokalne zajednice, s 35,3% ispitanika koji se potpuno slažu i dodatnih 20,2% koji se slažu s tom tvrdnjom. Ipak, 33,8% ispitanika je neodlučno, dok manji postotak (10,7%) nije suglasan s pravednošću distribucije. Ovi rezultati sugeriraju potrebu za daljnjim istraživanjem i eventualnim poboljšanjima u distribuciji ekonomskih benefita od manifestacija.

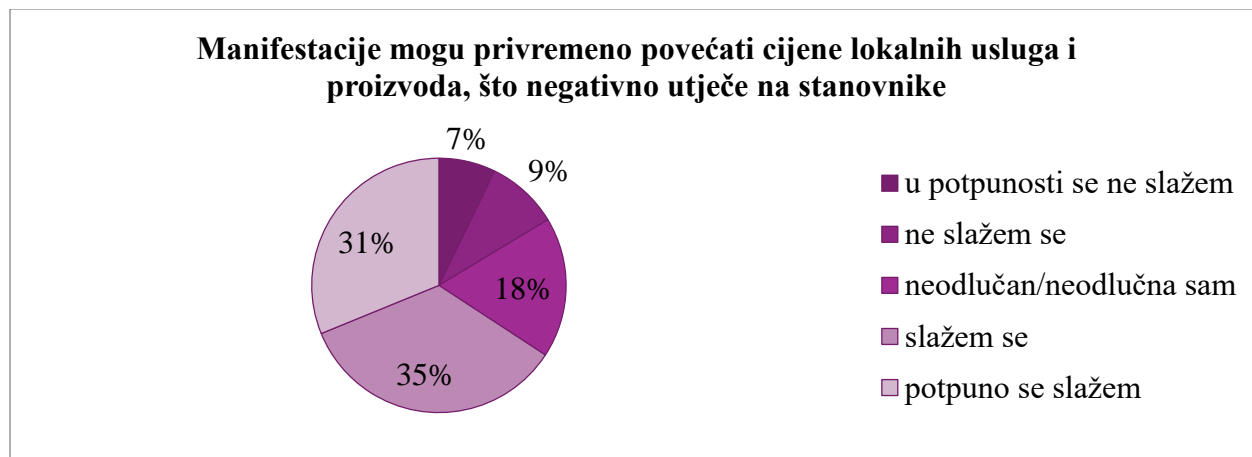
Graf 8. Ekonomski benefiti od manifestacija pravedno se distribuiraju unutar lokalne zajednice



Izvor: autorica rada

Grafikon 9. Prikazuje stavove ispitanika o utjecaju manifestacija na privremeno povećanje cijena lokalnih usluga i proizvoda. Rezultati istraživanja pokazuju podijeljena mišljenja među ispitanicima o utjecaju manifestacija na privremeno povećanje cijena lokalnih usluga i proizvoda. Većina ispitanika (31,2%) se potpuno slaže da manifestacije mogu utjecati na takvo povećanje, dok se 34,6% slaže s tom tvrdnjom. S druge strane, 17,9% ispitanika je neodlučno, dok manji postotak (16,3%) ne slaže se s tim. Ovi rezultati ukazuju na važnost balansiranja ekonomskih aspekata manifestacija kako bi se minimizirali potencijalni negativni utjecaji na lokalno stanovništvo.

Graf 9. Manifestacije mogu privremeno povećati cijene lokalnih usluga i proizvoda, što negativno utječe na stanovnike



Izvor: autorica rada

Grafikon 10. Prikazuje stavove ispitanika o uključenosti lokalne zajednice u planiranje i organizaciju manifestacija. Rezultati istraživanja pokazuju da većina ispitanika (39,2%) potpuno se slaže da je uključenost lokalne zajednice u planiranje i organizaciju manifestacija zadovoljavajuća, dok se 28,9% ispitanika slaže s tom tvrdnjom. Značajan broj ispitanika je neodlučan (22,8%), dok manji postotak (9,1%) ne slaže se ili u potpunosti ne slaže s uključenošću zajednice. Ovi rezultati sugeriraju da postoji prostor za poboljšanje u uključivanju zajednice u organizaciju manifestacija.

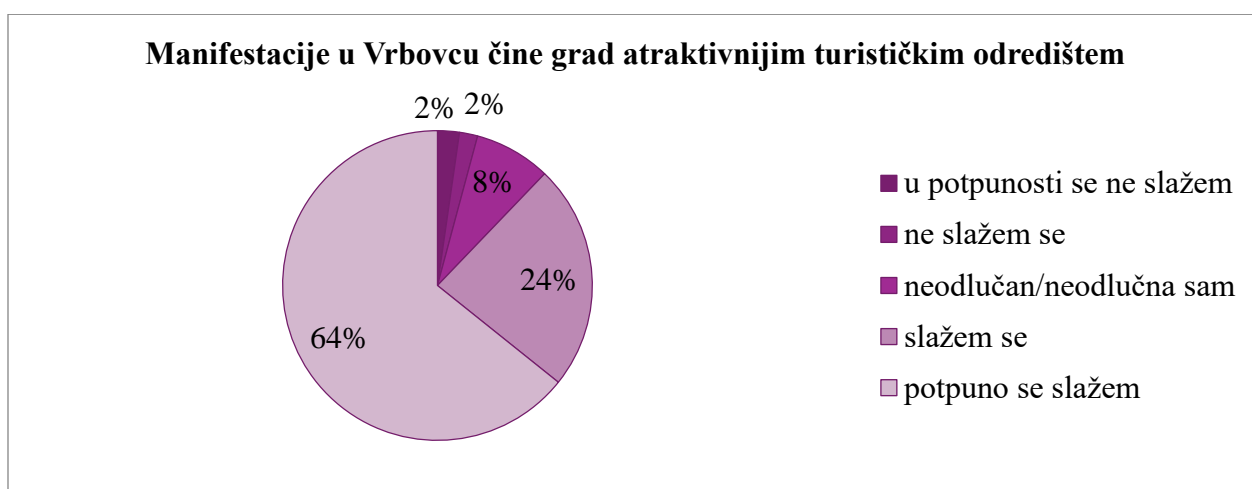
Graf 10. Uključenost lokalne zajednice u planiranje i organizaciju manifestacija je zadovoljavajuća



Izvor: autorica rada

Grafikon 11. Prikazuje stav ispitanika o tome kako manifestacije u Vrbovcu utječu na atraktivnost grada kao turističkog odredišta. Rezultati istraživanja pokazuju da većina ispitanika (64,2%) potpuno se slaže da manifestacije u Vrbovcu čine grad atraktivnijim turističkim odredištem, dok se 23,6% ispitanika slaže s tom tvrdnjom. Manji postotak ispitanika je neodlučan (8,0%), dok se 4,2% ne slaže ili u potpunosti ne slaže s utjecajem manifestacija na atraktivnost grada kao turističkog odredišta. Ovi rezultati sugeriraju da manifestacije imaju pozitivan utjecaj na percepciju Vrbovca kao turističke destinacije.

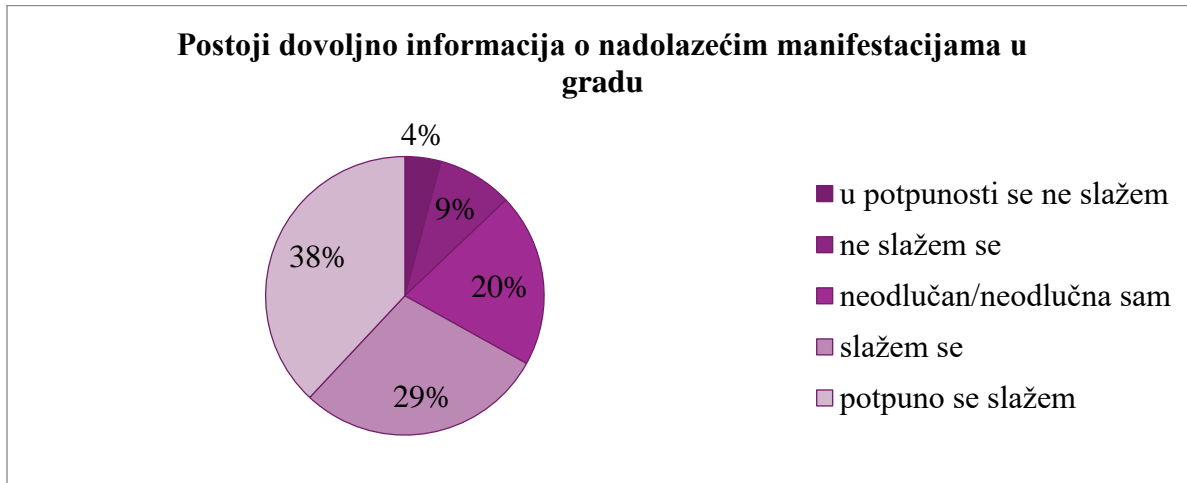
Graf 11. Manifestacije u Vrbovcu čine grad atraktivnijim turističkim odredištem



Izvor: autorica rada

Grafikon 12. Prikazuje stav ispitanika o dostupnosti informacija o nadolazećim manifestacijama u gradu. Rezultati istraživanja pokazuju da većina ispitanika (38,0%) potpuno se slaže da postoji dovoljno informacija o nadolazećim manifestacijama u gradu, dok se 28,9% ispitanika slaže s tom tvrdnjom. Značajan broj ispitanika je neodlučan (20,2%), dok manji postotak (13,0%) ne slaže se ili u potpunosti ne slaže s dostupnošću informacija. Ovi rezultati ukazuju na važnost kontinuiranog poboljšavanja komunikacije o nadolazećim događajima kako bi se zadovoljile potrebe lokalne zajednice.

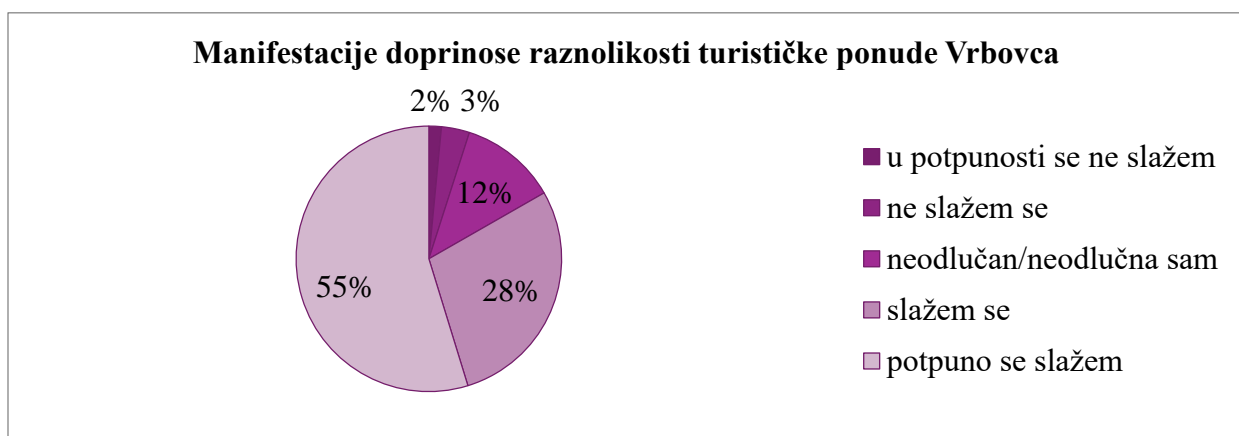
Graf 12. Postoji dovoljno informacija o nadolazećim manifestacijama u gradu



Izvor: autorica rada

Grafikon 13. Prikazuje stav ispitanika o tome kako manifestacije doprinose raznolikosti turističke ponude Vrbovca. Rezultati istraživanja pokazuju da većina ispitanika (54,8%) potpuno se slaže da manifestacije doprinose raznolikosti turističke ponude Vrbovca, dok se 28,5% ispitanika slaže s tom tvrdnjom. Manji postotak ispitanika je neodlučan (11,8%), dok se 5,0% ne slaže ili u potpunosti ne slaže s doprinosom manifestacija raznolikosti turističke ponude. Ovi rezultati sugeriraju da manifestacije imaju značajan utjecaj na diversifikaciju turističke ponude grada.

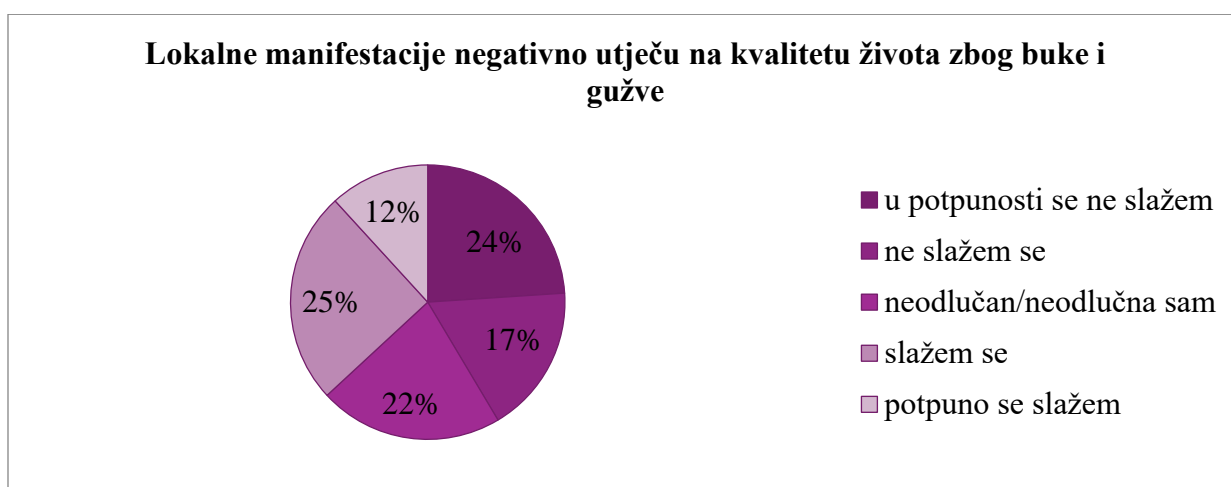
Graf 13. Manifestacije doprinose raznolikosti turističke ponude Vrbovca



Izvor: autorica rada

Grafikon 14. Prikazuje stav ispitanika o utjecaju lokalnih manifestacija na kvalitetu života zbog buke i gužve. Rezultati istraživanja pokazuju da većina ispitanika izražava negativan stav prema utjecaju lokalnih manifestacija na kvalitetu života zbog buke i gužve. Naime, 24,0% ispitanika potpuno se ne slaže s tvrdnjom da manifestacije negativno utječu na kvalitetu života, dok se 17,5% ne slaže s tom tvrdnjom. Dodatnih 21,7% ispitanika je neodlučno, dok se 25,1% slaže s tvrdnjom. Samo 11,8% ispitanika potpuno se slaže s tvrdnjom da manifestacije negativno utječu na kvalitetu života zbog buke i gužve.

Graf 14. Lokalne manifestacije negativno utječu na kvalitetu života zbog buke i gužve



Izvor: autorica rada

Grafikon 15. Prikazuje stav ispitanika o tome kako sadržaj manifestacija odgovara interesima i potrebama različitih skupina posjetitelja i stanovnika. Rezultati istraživanja pokazuju da većina ispitanika (74,9%) slaže se ili potpuno se slaže s tvrdnjom da sadržaj manifestacija odgovara interesima i potrebama različitih skupina posjetitelja i stanovnika. To uključuje 31,9% ispitanika koji se slažu i 43,0% koji se potpuno slažu s tom tvrdnjom. Manji postotak ispitanika je neodlučan (16,3%), dok se manji broj njih (8,8%) ne slaže ili u potpunosti ne slaže s tom tvrdnjom

Graf 15. Sadržaj manifestacija odgovara interesima i potrebama različitih skupina posjetitelja i stanovnika



Izvor: autorica rada

Grafikon 16. Prikazuje stav ispitanika o tome kako aktivnosti i programi manifestacija promiču održivi turizam i ekološku svijest. Rezultati istraživanja pokazuju da većina ispitanika (76,5%) slaže se ili potpuno se slaže s tvrdnjom da aktivnosti i programi manifestacija promiču održivi turizam i ekološku svijest. To uključuje 28,1% ispitanika koji se slažu i 48,4% koji se potpuno slažu s tom tvrdnjom. Manji postotak ispitanika je neodlučan (15,6%), dok se manji broj njih (7,9%) ne slaže ili u potpunosti ne slaže s tom tvrdnjom.

Graf 16. Aktivnosti i programi manifestacija promiču održivi turizam i ekološku svijest



Izvor: autorica rada

Istraživanje je pokazalo da većina ispitanika pozitivno percipira lokalne manifestacije u Vrbovcu. Čak 87% ispitanika slaže se ili potpuno slaže da manifestacije kao što su "Kaj su jeli naši stari", "Vrbovečko projahivanje i konjičke igre" te "Dani grada Vrbovca" doprinose povećanju posjećenosti grada. Osim toga, većina (78%) vidi manifestacije kao važan faktor jačanja osjećaja zajedništva među stanovnicima, što je osobito istaknuto kod događanja poput "Dana grada Vrbovca", gdje čak 76% ispitanika potpuno se slaže s tim stavom. Međutim, postoji raznolikost mišljenja o drugim aspektima. Na primjer, oko 57% ispitanika nije u potpunosti zadovoljno uključenosti lokalne zajednice u planiranje i organizaciju manifestacija. Također, 36,5% ispitanika izražava zabrinutost zbog negativnog utjecaja manifestacija na kvalitetu života zbog buke i gužve, iako većina (49,5%) nije u potpunosti ili uopće ne dijeli tu zabrinutost. Što se tiče ekološke dimenzije, 76,5% ispitanika smatra da aktivnosti i programi manifestacija promiču održivi turizam i ekološku svijest, što ukazuje na pozitivno viđenje uloge manifestacija u zaštiti okoliša i očuvanju lokalne prirodne baštine. S obzirom na navedene rezultate, može se zaključiti da su lokalne manifestacije u Vrbovcu važan dio kulturnog i društvenog života zajednice, s potencijalom za daljnje unaprjeđenje uključenosti lokalnog stanovništva te održivog turizma.

Tablica 3. Deskriptivni statistika hipoteze H1

| | | N | % | \bar{x} | Sd |
|---|---------------------------|-----|--------|-------------|-----|
| Manifestacije poput „Kaj su jeli naši stari“ doprinose povećanju posjećenosti Grada Vrbovca | u potpunosti se ne slažem | 3 | 1,1% | | |
| | ne slažem se | 0 | 0,0% | | |
| | neodlučan/neodlučna sam | 7 | 2,7% | | |
| | slažem se | 32 | 12,2% | | |
| | potpuno se slažem | 221 | 84,0% | | |
| | Ukupno | 263 | 100,0% | 4,78 | ,60 |
| „Vrbovečko projahivanje i konjičke igre“ imaju pozitivan utjecaj na lokalno gospodarstvo. | u potpunosti se ne slažem | 3 | 1,1% | | |
| | ne slažem se | 7 | 2,7% | | |
| | neodlučan/neodlučna sam | 44 | 16,7% | | |
| | slažem se | 73 | 27,8% | | |
| | potpuno se slažem | 136 | 51,7% | | |
| | Ukupno | 263 | 100,0% | 4,26 | ,91 |
| Obilježavanje „Dana grada Vrbovca“ jača osjećaj zajedništva među stanovnicima | u potpunosti se ne slažem | 6 | 2,3% | | |
| | ne slažem se | 8 | 3,0% | | |
| | neodlučan/neodlučna sam | 35 | 13,3% | | |
| | slažem se | 69 | 26,2% | | |

| | | | | | |
|---|---------------------------|-----|--------|-------------|------|
| | potpuno se slažem | 145 | 55,1% | | |
| | Ukupno | 263 | 100,0% | 4,29 | ,97 |
| Manifestacije u Vrbovcu pridonose očuvanju i promociji kulturne i povijesne baštine. | u potpunosti se ne slažem | 4 | 1,5% | | |
| | ne slažem se | 3 | 1,1% | | |
| | neodlučan/neodlučna sam | 10 | 3,8% | | |
| | slažem se | 57 | 21,7% | | |
| | potpuno se slažem | 189 | 71,9% | | |
| | Ukupno | 263 | 100,0% | 4,61 | ,75 |
| Učešće u lokalnim manifestacijama povećava moj osobni ponos za grad. | u potpunosti se ne slažem | 7 | 2,7% | | |
| | ne slažem se | 15 | 5,7% | | |
| | neodlučan/neodlučna sam | 53 | 20,2% | | |
| | slažem se | 64 | 24,3% | | |
| | potpuno se slažem | 124 | 47,1% | | |
| | Ukupno | 263 | 100,0% | 4,08 | 1,07 |
| Turističke manifestacije u Vrbovcu nude autentična iskustva koja odražavaju lokalnu kulturu | u potpunosti se ne slažem | 4 | 1,5% | | |
| | ne slažem se | 10 | 3,8% | | |
| | neodlučan/neodlučna sam | 37 | 14,1% | | |
| | slažem se | 76 | 28,9% | | |
| | potpuno se slažem | 136 | 51,7% | | |
| | Ukupno | 263 | 100,0% | 4,25 | ,94 |
| Ekonomski benefiti od manifestacija pravedno se distribuiraju unutar lokalne zajednice | u potpunosti se ne slažem | 12 | 4,6% | | |
| | ne slažem se | 16 | 6,1% | | |
| | neodlučan/neodlučna sam | 89 | 33,8% | | |
| | slažem se | 53 | 20,2% | | |
| | potpuno se slažem | 93 | 35,4% | | |
| | Ukupno | 263 | 100,0% | 3,76 | 1,14 |
| Manifestacije mogu privremeno povećati cijene lokalnih usluga i proizvoda, što negativno utječe na stanovnike | u potpunosti se ne slažem | 19 | 7,2% | | |
| | ne slažem se | 24 | 9,1% | | |
| | neodlučan/neodlučna sam | 47 | 17,9% | | |
| | slažem se | 91 | 34,6% | | |
| | potpuno se slažem | 82 | 31,2% | | |
| | Ukupno | 263 | 100,0% | 3,73 | 1,20 |
| Uključenost lokalne zajednice u planiranje i organizaciju manifestacija je zadovoljavajuća | u potpunosti se ne slažem | 5 | 1,9% | | |
| | ne slažem se | 19 | 7,2% | | |
| | neodlučan/neodlučna sam | 60 | 22,8% | | |
| | slažem se | 76 | 28,9% | | |
| | potpuno se slažem | 103 | 39,2% | | |
| | Ukupno | 263 | 100,0% | 3,96 | 1,04 |
| | u potpunosti se ne slažem | 6 | 2,3% | | |

| | | | | | |
|--|---------------------------|-----|--------|------|------|
| Manifestacije u Vrbovcu čine grad atraktivnijim turističkim odredištem | ne slažem se | 5 | 1,9% | | |
| | neodlučan/neodlučna sam | 21 | 8,0% | | |
| | slažem se | 62 | 23,6% | | |
| | potpuno se slažem | 169 | 64,3% | | |
| | Ukupno | 263 | 100,0% | 4,46 | ,89 |
| Postoji dovoljno informacija o nadolazećim manifestacijama u gradu | u potpunosti se ne slažem | 11 | 4,2% | | |
| | ne slažem se | 23 | 8,7% | | |
| | neodlučan/neodlučna sam | 53 | 20,2% | | |
| | slažem se | 76 | 28,9% | | |
| | potpuno se slažem | 100 | 38,0% | | |
| | Ukupno | 263 | 100,0% | 3,88 | 1,14 |
| Manifestacije doprinose raznolikosti turističke ponude Vrbovca | u potpunosti se ne slažem | 4 | 1,5% | | |
| | ne slažem se | 9 | 3,4% | | |
| | neodlučan/neodlučna sam | 31 | 11,8% | | |
| | slažem se | 75 | 28,5% | | |
| | potpuno se slažem | 144 | 54,8% | | |
| | Ukupno | 263 | 100,0% | 4,32 | ,92 |
| Lokalne manifestacije negativno utječu na kvalitetu života zbog buke i gužve | u potpunosti se ne slažem | 63 | 24,0% | | |
| | ne slažem se | 46 | 17,5% | | |
| | neodlučan/neodlučna sam | 57 | 21,7% | | |
| | slažem se | 66 | 25,1% | | |
| | potpuno se slažem | 31 | 11,8% | | |
| | Ukupno | 263 | 100,0% | 2,83 | 1,35 |
| Sadržaj manifestacija odgovara interesima i potrebama različitih skupina posjetitelja i stanovnika | u potpunosti se ne slažem | 6 | 2,3% | | |
| | ne slažem se | 17 | 6,5% | | |
| | neodlučan/neodlučna sam | 43 | 16,3% | | |
| | slažem se | 84 | 31,9% | | |
| | potpuno se slažem | 113 | 43,0% | | |
| | Ukupno | 263 | 100,0% | 4,07 | 1,03 |
| Aktivnosti i programi manifestacija promiču održivi turizam i ekološku svijest | u potpunosti se ne slažem | 8 | 3,0% | | |
| | ne slažem se | 13 | 4,9% | | |
| | neodlučan/neodlučna sam | 41 | 15,6% | | |
| | slažem se | 74 | 28,1% | | |
| | potpuno se slažem | 127 | 48,3% | | |
| | Ukupno | 263 | 100,0% | 4,14 | 1,05 |

Izvor: autorica rada

Tablica 3. Prikazuje deskriptivnu statistiku čije su tvrdnje vezane uz hipotezu **H1** koja glasi Manifestacije značajno doprinose povećanju turističke posjećenosti i gospodarskom rastu grada Vrbovca . Na temelju analize dobivenih rezultata možemo izvući zaključak da lokalne manifestacije u Vrbovcu imaju značajan utjecaj na percepciju i ekonomiju grada. Hipoteza H1 da manifestacije značajno doprinose povećanju turističke posjećenosti i gospodarskom rastu grada Vrbovca dobiva potvrdu kroz visoke prosječne ocjene ispitanika za događaje poput „Kaj su jeli naši stari“ gdje aritmetička sredina odgovora ispitanika iznosi 4,78 dok standardna devijacija iznosi 0,60 te manifestacije koje pridonose očuvanju kulturne baštine aritmetička sredina odgovora ispitanika iznosi 4,61 dok standardna devijacija iznosi 0,75. Specifično, manifestacije poput „Kaj su jeli naši stari“ pokazuju da su dobro prihvaćene i da pozitivno utječu na posjećenost grada, što potiče lokalnu ekonomiju kroz povećanu potrošnju u turističkom sektoru. S druge strane, zabrinutost zbog negativnih aspekata kao što su buka, gužva te potencijalno povećanje cijena lokalnih usluga i proizvoda gdje aritmetička sredina odgovora ispitanika iznosi 2,83 dok standardna devijacija iznosi 1,35 ukazuje na važnost uravnoteženja koristi i troškova koje manifestacije donose lokalnoj zajednici. Stoga, upravljanje manifestacijama treba biti usmjereno na održavanje njihovog pozitivnog utjecaja na gospodarstvo i kulturnu baštinu uz istovremeno smanjenje potencijalnih negativnih posljedica po kvalitetu života stanovnika.

Tablica 4. Cronbach Alpha koeficijent

| Cronbach'sAlpha | N ofItems |
|-----------------|-----------|
| ,929 | 15 |

Izvor: autorica rada

Tablica 4. Prikazuje vrijednost Cronbach Alfe statističkog pokazatelja koji se koristi za procjenu pouzdanosti ili unutarnje konzistencije skale ili upitnika. U ovom istraživanju Cronbach alfa mjeren je za faktor percepcija, stavova i iskustava lokalne zajednice vezanih uz manifestacijski turizam Grada Vrbovca može se uočiti kako je vrijednost ovog koeficijenta vrlo visoka, iznosi 0.929. Ova vrijednost je znatno viša od općeprihvaćenog praga pouzdanosti od 0.7, što ukazuje na izuzetno visoku pouzdanost upitnika.

Tablica 5: Group Statistics

| | Jeste li član neke lokalne udruge ili organizacije | N | \bar{x} | Sd | Se |
|--|--|-----|-----------|--------|--------|
| Percepcija, stavovi i iskustva lokalne zajednice vezane uz manifestacijski turizam grada Vrbovca | Da | 42 | 4,0683 | ,75762 | ,11690 |
| | Ne | 221 | 4,0992 | ,71179 | ,04788 |

Izvor: autorica rada

Tablica 6: Independent Samples Test

| | | Levene's Test for Equality of Variances | | t-test for Equality of Means | | | | | | |
|--|-----------------------------|---|------|------------------------------|--------|-----------------|-----------------|-----------------------|---|--------|
| | | F | Sig. | t | df | Sig. (2-tailed) | Mean Difference | Std. Error Difference | 95% Confidence Interval of the Difference | |
| | | | | | | | | | Lower | Upper |
| Percepcija, stavovi i iskustva lokalne zajednice vezane uz manifestacijski turizam grada Vrbovca | Equal variances assumed | ,205 | ,651 | -,256 | 261 | ,798 | -,03099 | ,12106 | -,26937 | ,20739 |
| | Equal variances not assumed | | | -,245 | 55,618 | ,807 | -,03099 | ,12633 | -,28410 | ,22211 |

Izvor: autorica rada

Tablica 5. i 6. Prikazuje rezultate T-test za hipotezu **H1**: Manifestacije značajno doprinose povećanju turističke posjećenosti i gospodarskom rastu grada Vrbovca **H2**: Manifestacije imaju ključnu ulogu u očuvanju i promociji kulturne i povijesne baštine grada Vrbovca. T- test je statistički test koji se koristi za usporedbu srednjih vrijednosti između dvije grupe kako bi se utvrdilo postoji li značajna razlika između njih. Analiza podataka iz ankete provedene među stanovnicima Vrbovca pokazuje značajnu ulogu manifestacija u očuvanju i promociji kulturne i povijesne baštine grada. Razmatrane su percepcije, stavovi i iskustva lokalne zajednice vezane uz manifestacijski turizam, uz poseban naglasak na razlike u odgovorima između ispitanika koji su

članovi lokalne udruge ili organizacije i onih koji nisu. Ispitanici koji su članovi lokalne udruge ili organizacije njih 42 imaju prosječnu ocjenu percepcije, stavova i iskustva vezanih uz manifestacijski turizam od 4,0683 (Sd=0,75762) kao i ispitanici koji nisu članovi udruga ili organizacija njih 221 koji imaju ocjenu percepcije, stavova i iskustva vezanih uz manifestacijski turizam od 5,0092 (Sd=0,75762) odnosno nema statističkog značaja ($p>0.05$). Visoka prosječna ocjena ocjenu percepcije, stavova i iskustva vezanih uz manifestacijski turizam kod obje grupe ispitanika članovi i ne-članovi lokalnih udruga ukazuju na pozitivnu percepciju uloge manifestacija u očuvanju i promociji kulturne baštine. Iako T-test ne pokazuje statistički značajnu razliku između grupa i prosječne vrijednosti su visoke (iznad 4), što sugerira da ispitanici, bez obzira na članstvo u lokalnoj udruzi prepoznaju važnost manifestacija u promicanju kulturne i povijesne baštine. Hipoteze **H1** da manifestacije značajno doprinose povećanju turističke posjećenosti i gospodarskom rastu grada Vrbovca i **H2** da manifestacije doprinose očuvanju i promociji kulturne i povijesne baštine grada Vrbovca može se zaključiti da su prihvaćena na temelju dobivenih podataka

Tablica 7: Percepcija, stavovi i iskustva lokalne zajednice vezane uz manifestacijski turizam grada Vrbovca

| | N | \bar{x} | Sd | Std. Error | 95% Confidence Interval for Mean | | Min | Max |
|---|-----|-----------|--------|------------|----------------------------------|------------|------|------|
| | | | | | LowerBound | UpperBound | | |
| Redovito (svaku manifestaciju) | 70 | 4,3943 | ,56234 | ,06721 | 4,2602 | 4,5284 | 2,20 | 5,00 |
| Često (većinu manifestacija) | 82 | 4,0707 | ,57247 | ,06322 | 3,9449 | 4,1965 | 2,33 | 5,00 |
| Ponekad (nekoliko manifestacija godišnje) | 46 | 3,9797 | ,85996 | ,12679 | 3,7243 | 4,2351 | 1,53 | 5,00 |
| Rijetko (jednom godišnje ili rjeđe) | 38 | 3,8965 | ,81733 | ,13259 | 3,6278 | 4,1651 | 1,67 | 5,00 |
| Nikada | 27 | 3,8617 | ,84972 | ,16353 | 3,5256 | 4,1979 | 1,73 | 5,00 |
| Total | 263 | 4,0943 | ,71790 | ,04427 | 4,0071 | 4,1815 | 1,53 | 5,00 |

Izvor: autorica rada

Tablica 7. Prikazana je analiza varijance (ANOVA) percepcije, stavove i iskustva lokalne zajednice vezane uz manifestacijski turizam u gradu Vrbovcu, s obzirom na učestalost sudjelovanja na manifestacijama. Rezultati su podijeljeni u pet kategorija: "Redovito (svaku manifestaciju)", "Često (većinu manifestacija)", "Ponekad (nekoliko manifestacija godišnje)", "Rijetko (jednom godišnje ili rjeđe)" i "Nikada". Prema učestalosti sudjelovanja ispitanici koji **redovito (svaku manifestaciju)** sudjeluju na manifestacijama prosječna ocjena je 4,3943, što je najviša ocjena među svim skupinama, ukazujući na vrlo pozitivne stavove i percepciju među redovitim sudionicima. Standardna devijacija iznosi ,56234, što ukazuje na relativno konzistentne stavove unutar ove skupine. Interval pouzdanosti (95% Confidence Interval) za prosječnu vrijednost je između 4,2602 i 4,5284, što potvrđuje stabilnost rezultata. Ovi rezultati sugeriraju da redovito sudjelovanje na manifestacijama značajno doprinosi pozitivnoj percepciji manifestacijskog turizma. Ispitanici koji **često (većinu manifestacija)** sudjeluju na manifestacijama prosječna ocjena je 4,0707, što je nešto niže od ocjene redovitih sudionika, ali i dalje vrlo visoko. Standardna devijacija je ,57247, što ukazuje na relativnu homogenost stavova unutar ove skupine. Interval pouzdanosti za prosječnu vrijednost je između 3,9449 i 4,1965. Česti sudionici također imaju vrlo pozitivne stavove, iako nešto manje izražene u usporedbi s redovitim sudionicima. Ispitanici koji **ponekad (nekoliko manifestacija godišnje)** prosječna ocjena iznosi 3,9797, što je niže u usporedbi s redovitim i čestim sudionicima. Standardna devijacija je ,85996, što ukazuje na veću varijabilnost stavova unutar ove skupine. Interval pouzdanosti za prosječnu vrijednost je između 3,7243 i 4,2351. Ova skupina ima umjereno pozitivne stavove prema manifestacijskom turizmu. Ispitanici koji **nikada** prosječna ocjena je 3,8617, što je najniža ocjena među svim skupinama. Standardna devijacija iznosi ,84972, što ukazuje na veliku varijabilnost stavova unutar ove skupine. Interval pouzdanosti za prosječnu vrijednost je između 3,5256 i 4,1979. Ova skupina ima najniže ocjene percepcije i stavova prema manifestacijskom turizmu, što je očekivano s obzirom na njihov izostanak sudjelovanja. Ukupna prosječna ocjena za cijeli uzorak iznosi 4,0943, što ukazuje na generalno pozitivne stavove lokalne zajednice prema manifestacijskom turizmu. Rezultati pokazuju jasnu povezanost između učestalosti sudjelovanja na manifestacijama i percepcije manifestacijskog turizma. Redoviti i česti sudionici imaju najpozitivnije stavove, dok oni koji rijetko ili nikada ne sudjeluju imaju manje pozitivne stavove. Rezultati sugeriraju da aktivno sudjelovanje na manifestacijama poboljšava doživljaj i stavove prema manifestacijskom turizmu.

Tablica 8: Rezultati ANOVA testa

| | SumofSquares | df | MeanSquare | F | Sig. |
|---------------|--------------|-----|------------|-------|------|
| BetweenGroups | 9,896 | 4 | 2,474 | 5,101 | ,001 |
| WithinGroups | 125,134 | 258 | ,485 | | |
| Total | 135,030 | 262 | | | |

Izvor: autorica rada

Tablica 8. Rezultati ANOVA testa pokazuju da postoji statistički značajna razlika u percepciji, stavovima i iskustvima lokalne zajednice vezanim uz manifestacijski turizam među različitim grupama sudionika ($p = ,001$). To znači da učestalost sudjelovanja na manifestacijama značajno utječe na stavove i percepciju lokalne zajednice. Rezultati ANOVA testa podržavaju hipotezu **H1** jer ukazuju na to da manifestacije značajno utječu na percepciju i stavove lokalne zajednice. Pozitivni stavovi i percepcije prema manifestacijskom turizmu, posebno među redovitim sudionicima, mogu doprinijeti povećanju turističke posjećenosti i gospodarskom rastu grada Vrbovca.

5.4. Rasprava

Ovim istraživanjem manifestacije u gradu Vrbovcu su ocijenjene kao važne i pozitivno percipirane od strane većine ispitanika. Čini se da većina lokalnog stanovništva i posjetitelja vidi ove manifestacije kao ključne za privlačenje turista i jačanje osjećaja zajedništva. Primjerice, manifestacije poput "Kaj su jeli naši stari" i "Dani grada Vrbovca" dobile su visoke ocjene u pogledu njihovog doprinosa turističkoj posjećenosti i jačanju zajedničkog osjećaja među stanovnicima.

Hipotezi H1 odnosi se na tvrdnju da manifestacije značajno doprinose povećanju turističke posjećenosti i gospodarskom rastu grada Vrbovca koja je prihvaćen na temelju rezultata ANOVA testa provedenog na podacima ankete. Analiza je pokazala statistički značajnu razliku u percepciji, stavovima i iskustvima lokalne zajednice vezanim uz manifestacijski turizam ovisno o učestalosti posjećivanja manifestacija ($p < 0,05$). Najpozitivniji stavovi zabilježeni su kod ispitanika koji redovito posjećuju manifestacije (prosječna ocjena 4,39) i kod onih koji ih često posjećuju (prosječna ocjena 4,07). Dobiveni rezultati podržavaju hipotezu da manifestacije imaju pozitivan utjecaj na turističku posjećenost i gospodarski rast grada Vrbovca, ali postoji prostor za daljnje poboljšanje kako bi se povećali učinci kroz bolje informiranje i širu participaciju lokalnog stanovništva.

Hipotezi H2 odnosi se na tvrdnju da manifestacije imaju ključnu ulogu u očuvanju i promociji kulturne i povijesne baštine grada Vrbovca je prihvaćen je na temelju rezultata T-testa provedenog na podacima ankete među stanovnicima Vrbovca. Ispitanici, bez obzira na to jesu li članovi lokalne udruge ili organizacije ili nisu, imaju visoku prosječnu ocjenu percepcije, stavova i iskustava vezanih uz manifestacijski turizam, što ukazuje na pozitivnu percepciju uloge manifestacija u promicanju kulturne i povijesne baštine. Iako statistički test (T-test) nije pokazao statistički značajnu razliku između ove dvije grupe ispitanika ($p > 0.05$), visoke prosječne vrijednosti za obje grupe podržavaju zaključak da manifestacije imaju važnu ulogu u očuvanju i promociji kulturne baštine grada Vrbovca.

Unatoč većinski pozitivnim rezultatima, postoje i dijelovi lokalne zajednice koji ne posjećuju manifestacije redovito ili često. Preporuke za poboljšanje uključuju informiranje stanovništva o ekonomskim i društvenim koristima manifestacija za lokalnu zajednicu, razvoj raznovrsnih manifestacija koje bi privukle širi krug sudionika te aktivno uključivanje lokalnog stanovništva u planiranje i organizaciju manifestacija. Ovo bi značajno moglo poboljšati percepciju manifestacija i potaknuti veće sudjelovanje lokalnog stanovništva. Među ispitanicima postoji zabrinutost zbog utjecaja manifestacija na kvalitetu života zbog buke i gužve, što je važno uzeti u obzir prilikom planiranja budućih događanja. Također, postoji prostor za bolje uključivanje lokalne zajednice u planiranje i organizaciju manifestacija, kao i poboljšanje komunikacije o nadolazećim događajima.

Ograničenja istraživanja:

1. Veličina i sastav uzorka: Iako je uzorak od 263 ispitanika pružio dovoljno podataka za statističku analizu, veličina i demografski sastav uzorka ne odražavaju cjelokupnu populaciju Grada Vrbovca. Ograničena zastupljenost određenih demografskih skupina, poput mladih od 18 godina, utječe na generalizaciju rezultata na cijelu lokalnu zajednicu.
2. Metoda prikupljanja podataka: Podaci su prikupljeni putem online ankete, što ograničava dostupnost istraživanja osobama s ograničenim pristupom internetu ili niskom digitalnom pismenošću. Ovaj način prikupljanja podataka utječe na iskrenost i preciznost dobivenih odgovora zbog nedostatka osobne interakcije.
3. Subjektivnost u percepciji: Percepcije ispitanika o manifestacijama mogu biti subjektivno oblikovane, što utječe na objektivnost odgovora. Stavovi i iskustva variraju zbog osobnih

interesa, prethodnih iskustava ili specifičnih očekivanja, što dovodi do pristranosti u podacima.

4. Statistička analiza: Iako je ANOVA korisna za identifikaciju statističkih razlika među grupama, ona ne otkriva uzroke tih razlika niti detaljnije analizira interakcije među različitim varijablama. Buduća istraživanja mogla bi implementirati složenije statističke modele koji bi bolje objasnili dinamiku i interakcije koje utječu na percepcije i stavove ispitanika.

6. ZAKLJUČAK

Istraživanje manifestacijskog turizma u kontekstu grada Vrbovca pokazalo je da manifestacije imaju višestruke uloge i doprinose turističkoj ponudi, sociokulturnim učincima i ekonomskom razvoju grada. Uloga manifestacija u turističkoj ponudi grada Vrbovca je značajna, s obzirom na to da privlače posjetitelje i obogaćuju turistički sadržaj destinacije. To uključuje ne samo povećanje turističke posjećenosti već i stvaranje pozitivnog imidža grada, čime se podiže njegova atraktivnost na turističkom tržištu. Događaji poput „*Kaj su jeli naši stari*“, „*Vrbovečko projahivanje i konjičke igre*“ te obilježavanje „*Dana grada Vrbovca*“ služe kao ključne atrakcije koje privlače posjetitelje iz šire regije i doprinose razvoju turizma u gradu, što potvrđuje hipotezu H1. Ove manifestacije doprinose lokalnoj ekonomiji kroz povećanje potrošnje u ugostiteljstvu, smještajnim kapacitetima i drugim uslužnim djelatnostima. Podaci prikupljeni kroz anketno istraživanje pokazuju pozitivan utjecaj manifestacija na gospodarski rast, što se očituje kroz povećanje prihoda i zapošljavanja unutar grada. Manifestacije ne samo da privlače turiste, već također pružaju priliku za produljenje turističke sezone i diversifikaciju turističke ponude, čime se povećava atraktivnost destinacije.

Percepcija i stavovi lokalne zajednice i posjetitelja prema manifestacijama također su pozitivni, što dodatno potvrđuje hipotezu H2. Manifestacije u Vrbovcu ne služe samo kao zabavni događaji, već i kao važne platforme za edukaciju i kulturnu razmjenu. Kroz organizirane manifestacije, lokalna zajednica uspješno predstavlja i prenosi svoje bogate tradicije, običaje, gastronomiju i povijest. Na ovaj način, manifestacije doprinose očuvanju kulturne i povijesne baštine te jačanju lokalnog identiteta i ponosa među stanovnicima. Privlačeći posjetitelje, ove manifestacije pomažu u širenju svijesti o jedinstvenoj baštini Vrbovca, stvarajući most između prošlosti i sadašnjosti i omogućavajući trajno očuvanje lokalnih vrijednosti za buduće generacije.

Zadovoljstvo sudionika i njihovo aktivno sudjelovanje u događajima svjedoče o važnosti ovih manifestacija za društveni život zajednice. Sudionici manifestacija izrazili su zadovoljstvo sadržajem i organizacijom događaja, što dodatno potvrđuje njihovu vrijednost za lokalnu zajednicu i turiste. Doživljaji sudionika manifestacija također su pozitivni, s naglaskom na emocionalne, socijalne i edukativne aspekte. Sociokulturni učinci manifestacija na lokalnu zajednicu uključuju očuvanje kulturne baštine, promicanje lokalnog identiteta i jačanje socijalne kohezije. Manifestacije pružaju platformu za predstavljanje i očuvanje kulturnih i povijesnih vrijednosti, što

doprinosi jačanju lokalnog identiteta i ponosa među stanovnicima. Kroz manifestacije, lokalna zajednica ima priliku predstaviti svoje tradicije, običaje, gastronomiju i povijest, čime se povećava svijest o važnosti kulturne baštine. To pridonosi društvenoj koheziji, jer manifestacije okupljaju članove zajednice i posjetitelje, stvarajući osjećaj zajedništva i pripadnosti. Ekonomski učinci manifestacija su isto tako značajni, uključujući generiranje prihoda, povećanje zapošljavanja i promociju destinacije. Manifestacije doprinose lokalnoj ekonomiji kroz povećanje potrošnje u ugostiteljstvu, smještajnim kapacitetima i drugim uslužnim djelatnostima. Ovi događaji pomažu u generiranju prihoda i stvaranju novih radnih mjesta, što doprinosi ukupnom gospodarskom rastu grada.

Preporuke za buduća istraživanja uključuju interdisciplinarnu pristupe, praktičnu primjenu rezultata istraživanja i uzimanje u obzir globalne perspektive. Korištenje interdisciplinarnih pristupa može pružiti dublje razumijevanje složenih učinaka manifestacija. Praktična primjena rezultata istraživanja može pomoći organizatorima manifestacija u donošenju informiranih odluka i poboljšanju kvalitete i održivosti manifestacijskog turizma. Uzimanje u obzir globalne perspektive i komparativne studije mogu otkriti univerzalne i specifične faktore uspjeha manifestacija.

Sveobuhvatno, manifestacije imaju ključnu ulogu u očuvanju i promociji kulturne i povijesne baštine grada Vrbovca. Potvrđeno je da događaji ne služe samo kao zabavni događaji već i kao važni alati za edukaciju i kulturnu razmjenu. Kroz manifestacije, lokalna zajednica ima priliku predstavljati i prenositi svoje bogate tradicije, običaje, gastronomiju i povijest, čime se doprinosi očuvanju kulturne i povijesne baštine te jačanju lokalnog identiteta i ponosa. Privlačenjem posjetitelja, ove manifestacije pomažu u širenju svijesti o jedinstvenoj baštini Vrbovca, stvarajući most između prošlosti i sadašnjosti te omogućavajući trajno očuvanje lokalnih vrijednosti za buduće generacije, što ukazuje na važnost kontinuiranog istraživanja i inovacija u području manifestacijskog turizma kako bi se osigurao održivi i uspješni razvoj ovog dinamičnog segmenta turizma. Razvoj teorijskih okvira, održivost, tehnološki utjecaji, društveni i kulturni učinci te ekonomija i marketing ključne su teme koje zahtijevaju daljnju pažnju i istraživanje. U konačnici, manifestacijski turizam u Vrbovcu predstavlja važan doprinos lokalnoj zajednici, kulturnoj baštini i ekonomskom razvoju grada.

7. LITERATURA

1. Biaett, V. i Richards, G. (2020). Event experiences: measurement and meaning, *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 1, 2-17.
2. Bowdin, G., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., i McDonnell, I. (2012). *Events Management*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
3. Buckley, R. (2006) *Adventure Tourism*. Wallingford, Oxfordshire: CABI Publishing.
4. Butler, R.W. (1999). Sustainable tourism: A state-of-the-art review. *Tourism Geographies*, 1(1), 7-25.
5. Chalip, L. (2006). Towards Social Leverage of Sport Events. *Journal of Sport & Tourism*, 11(2), 109–127.
6. Connell, J. (2013). *Medical Tourism*. Wallingford: CAB International.
7. Cohen, E. (1972). Toward a Sociology of International Tourism. *Social Research*, 39, 164-189.
8. Fennell, D. A. (2014). *Ecotourism*. New York: Routledge.
9. Getz, D. i Page, S. J. (2015). Progress and prospects for event tourism research, *Tourism Management*, 52, 1-24.
10. Glasnik Grada Vrbovca (2021). *Statut Grada Vrbovca (2/20)*, [5Statut-Grada-Vrbovca.pdf \(vrbovec.hr\)](#) (29.2.2024).
11. Goldblatt, J. (2010). *Special Events: A New Generation and the Next Frontier*. New York: John Wiley & Sons.
12. Hall, C. M., i Page, S. J. (2014). *The Geography of Tourism and Recreation: Environment, Place and Space*. New York: Routledge.
13. Hrvatska enciklopedija, *Jurić, Marija-Zagorka*, [Jurić, Marija – Zagorka - Hrvatska enciklopedija](#) (pristupljeno 28.2.2024).
14. Hrvatska enciklopedija, *Zrinski, Petar IV.*, [Zrinski, Petar IV. - Hrvatska enciklopedija](#) (pristupljeno 28.2.2024).
15. Kim, Y. G., Eves, A. i Scarles, C. (2009). *Building a Model of Local Food Consumption on Trips and Holidays: A Grounded Theory Approach*. *International Journal of Hospitality Management*. 28(3), 423-431.
16. Kruhek, M. (1995). *Vrbovec, vrbovečki kaštel i njegovo mjesto u sastavu krajiške granične obrane*, U: Vrbovec u prošlosti i sadašnjosti: radovi sa znanstvenog skupa posvećenog 750.

- obljetnici prvoga pisanog spomenika o Vrbovcu, Čegec, B. (Ur.), Vrbovec: Matica hrvatska, 1995, 7-25.
17. Kulturama.hr, „*Vrbovečko projahivanje i konjičke igre*“, [6. Vrbovečko projahivanje i konjičke igre – Kulturama.hr](#) (pristupljeno 29.2.2024).
 18. Mair, J. i Weber, K. (2019). Event and festival research: a review and research directions, *International Journal of Event and Festival Management*, 10(3), 209-216.
 19. Mason, P. (2008). *Tourism Impacts, Planning and Management*. E-book: Butterworth-Heinemann.
 20. Mowforth, M., i Munt, I. (2008). *Tourism and Sustainability: Development, globalisation and new tourism in the Third World*. New York: Routledge.
 21. Narodna knjižnica Vrbovec, *Marija Jurić – Zagorka, 145. rođendan*, Marija Jurić Zagorka - 145. rođendan - Narodna knjižnica Vrbovec (nkv.hr), (pristupljeno 27.2.2024).
 22. UNWTO. (2020). *Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030*. E-book: World Tourism Organization.
 23. Page, S. (2014). *Tourism Management*. New York: Routledge.
 24. Prijatelj, S. (2014). *Vrbovec - 770 godina*. Vrbovec: Grad Vrbovec, POU Vrbovec.
 25. Program događanja 25.8.-27.8.2023., [Program KSJNS 2023 - non printable.pdf \(kajsujelinassistari.hr\)](#) (pristupljeno 27.2.2024).
 26. Richards, G. (2018). Cultural Tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12-21.
 27. Ritchie, J. R. B. (1984). *Assessing the Impact of Hallmark Events: Conceptual and Research Issues*. *Journal of Travel Research*, 23(1), 2-11.
 28. Ritchie, J.R.B., i Smith, B.H. (1991). *The impact of a mega-event on host region awareness: A longitudinal study*. *Journal of Travel Research*, 30(1), 3-10.
 29. Rogers, T. (2013). *Conferences and Conventions: A global industry*. New York: Routledge.
 30. Smith, V. (1992) *The Quest in Guest*. *Annals of Tourism Research*, 19, 1-17.
 31. Smith M. i Puczko L. (2009.), *Health, Tourism and Hospitality*. London: Routledge.
 32. Službene stranice Grada Vrbovca, *Povijest Vrbovca*, [Povijest Vrbovca - Grad Vrbovec](#) (pristupljeno 28.2.2024).
 33. Stone, P. R. (2012). *Dark Tourism and Significant Other Death*. *Annals of Tourism Research*, 39(3), 1562-1577.

34. Strategija razvoja Grada Vrbovca 2021.-2027., [STRATEGIJA RAZVOJA GRADA VRBOVCA 2021. – 2027. \(vrbovec.hr\)](#) (pristupljeno 27.2.2024).
35. Tkalčec, T. (2015). *Terenski pregledi okolice grada Vrbovca tijekom 2014. godine*. Zagrebačka županija: Godišnjak instituta za arheologiju.
36. Towner, J. (1985). The Grand Tour: A Key Phase in the History of Tourism. *Annals of Tourism Research*, 12(3), 297-333).
37. Turistička zajednica Grada Vrbovca, *Manifestacije i događaji*, [Kaj su jeli naši stari 2023. | Turistička zajednica Grada Vrbovca \(tz-vrbovec.hr\)](#) (pristupljeno 27.2.2024).
38. Turistička zajednica Grada Vrbovca, [O nama | Turistička zajednica Grada Vrbovca \(tz-vrbovec.hr\)](#) (pristupljeno 26.2.2024).
39. Turistička zajednica Grada Vrbovca (2021). *Program rada TZ Grada Vrbovca s financijskim planom za 2022. godinu*, [Program-rada-TZ-Vrbovec-za-2022.-finalno-1.pdf](#) (pristupljeno 29.2.2024).
40. Turistička zajednica Zagrebačke županije, „Kaj su jeli naši stari?“, ["Kaj su jeli naši stari" od 26. do 28. 8. 2022. u Vrbovcu - Turistička zajednica Zagrebačke županije \(visitzagrebcounty.hr\)](#) (pristupljeno 01.3.2024).
41. Turnock, D. (1996). *An Historical Geography of Recreation and Tourism in the Western World 1540-1940*. New York: John Wiley & Sons.
42. Vrbovec.hr, „Kaj su jeli naši stari“, [Vrbovec.hr » Turizam » „Kaj su jeli naši stari“ \(archive.org\)](#) (pristupljeno 01.3.2024).
43. Weaver, D. (2006). *Sustainable Tourism: Theory and Practice*. Amsterdam: Elsevier.
44. Yoon, Y., Lee, J. S., i Lee, C. K. (2010). Measuring Festival Quality and Value Affecting Visitors' Satisfaction and Loyalty Using a Structural Approach. *International Journal of Hospitality Management*, 29(2), 335-342.

PRILOZI

Popis slika

| | |
|---|----|
| <u>Slika 1. Grb Grada Vrbovca</u> | 23 |
| <u>Slika 2. Marija Jurić-Zagorka</u> | 24 |
| <u>Slika 3. Logo Festivala "Kaj su jeli naši stari"</u> | 29 |

Popis tablica

| | |
|---|----|
| <u>Tablica 1. Socio-demografska obilježja ispitanika</u> | 37 |
| <u>Tablica 2.: Udruge kojima pripadaju ispitanici</u> | 39 |
| <u>Tablica 3.: Deskriptivni statistika hipoteze H1</u> | 51 |
| <u>Tablica 4.: Cronbach Alpha koeficijent</u> | 54 |
| <u>Tablica 5.: Group Statistics</u> | 55 |
| <u>Tablica 6.: Independent Samples Test</u> | 55 |
| <u>Tablica 7.: Percepcija, stavovi i iskustva lokalne zajednice vezane uz manifestacijski turizam grada Vrbovca</u> | 56 |
| <u>Tablica 8.: Rezultati ANOVA testa</u> | 58 |

Popis grafova

| | |
|--|----|
| <u>Graf 1. Utjecaju manifestacije "Kaj su jeli naši stari" na posjećenost Grada Vrbovca</u> | 40 |
| <u>Graf 2. Stav ispitanika da manifestacija „Vrbovečko projahivanje i konjičke igre“ imaju pozitivan utjecaj na lokalno gospodarstvo</u> | 41 |
| <u>Graf 3. Obilježavanje „Dana grada Vrbovca“ jača osjećaj zajedništva među stanovnicima</u> | 42 |
| <u>Graf 4. Utjecaj obilježavanja „Dana grada Vrbovca“ na jačanje osjećaja zajedništva među stanovnicima</u> | 42 |
| <u>Graf 5. Manifestacije u Vrbovcu pridonose očuvanju i promociji kulturne i povijesne baštine</u> .. | 43 |
| <u>Graf 6. Učešće u lokalnim manifestacijama povećava moj osobni ponos za grad</u> | 44 |
| <u>Graf 7. Turističke manifestacije u Vrbovcu nude autentična iskustva koja odražavaju lokalnu kulturu</u> | 44 |

| | |
|---|-----------|
| <i>Graf 8. Ekonomski benefiti od manifestacija pravedno se distribuiraju unutar lokalne zajednice.....</i> | <i>45</i> |
| <i>Graf 9. Manifestacije mogu privremeno povećati cijene lokalnih usluga i proizvoda, što negativno utječe na stanovnike.....</i> | <i>46</i> |
| <i>Graf 10. Uključenost lokalne zajednice u planiranje i organizaciju manifestacija je zadovoljavajuća.....</i> | <i>46</i> |
| <i>Graf 11. Manifestacije u Vrbovcu čine grad atraktivnijim turističkim odredište.....</i> | <i>47</i> |
| <i>Graf 12. Postoji dovoljno informacija o nadolazećim manifestacijama u gradu.....</i> | <i>48</i> |
| <i>Graf 13. Manifestacije doprinose raznolikosti turističke ponude Vrbovca.....</i> | <i>48</i> |
| <i>Graf 14. Lokalne manifestacije negativno utječu na kvalitetu života zbog buke i gužve.....</i> | <i>49</i> |
| <i>Graf 15. Sadržaj manifestacija odgovara interesima i potrebama različitih skupina posjetitelja i stanovnika.....</i> | <i>50</i> |
| <i>Graf 16. Aktivnosti i programi manifestacija promiču održivi turizam i ekološku svijest.....</i> | <i>50</i> |

Anketna pitanja

Poštovani/a,

pred Vama je upitnik o percepciji, stavovima, iskustvima i zadovoljstvu manifestacijama grada Vrbovca. Ovaj upitnik provodi se u svrhu prikupljanja informacija za potrebe istraživanja o ulozi manifestacija u kreiranju turističke ponude grada Vrbovca. Molim Vas za iskrenost u odgovorima jer je Vaš doprinos anonimn. Vaše mišljenje i iskustvo od velike su važnosti za unaprjeđenje ukupne turističke ponude grada Vrbovca.

Hvala Vam što ćete izdvojiti vrijeme za ispunjavanje ovog upitnika.

A) SOCIO-DEMOGRAFSKA OBILJEŽJA

1. Dob:

- Mlađi od 18
- 18-24
- 25-34
- 35-44
- 45-54
- 55-64
- 65 i više

2. Spol:

- Muško
- Žensko
- Preferiram ne odgovoriti

3. Najviša razina obrazovanja koju ste završili:

- Osnovna škola
- Srednja škola
- Viša škola / stručni studij
- Sveučilišni preddiplomski studij
- Sveučilišni diplomski ili poslijediplomski studij

4. Vaše trenutno zanimanje:

- Zaposlen/a (navesti sektor)
- Nezaposlen/a

- Student/ica
- Umirovljenik/ca
- Samozaposlen/a
- Domaćica/domaćin
- Preferiram ne odgovoriti

5. Vaše mjesto stanovanja:

- U Vrbovcu
- Izvan Vrbovca, ali u Zagrebačkoj županiji
- Izvan Zagrebačke županije

6. Koliko dugo živite u svojoj trenutnoj zajednici (ako ne živite u Vrbovcu, odgovorite prema trenutnom mjestu stanovanja)?

- Manje od godine dana
- 1-5 godina
- 6-10 godina
- Više od 10 godina

7. Koliko često posjećujete manifestacije u Vrbovcu?

- Redovito (svaku manifestaciju)
- Često (većinu manifestacija)
- Ponekad (nekoliko manifestacija godišnje)
- Rijetko (jednom godišnje ili rjeđe)
- **Nikada**

8. Jeste li član neke lokalne udruge ili organizacije?

- Da
- Ne

9. Ako DA, koje? _____

B) PERCEPCIJA, STAVOVI I ISKUSTVA LOKALNE ZAJEDNICE VEZANE UZ MANIFESTACIJSKI TURIZAM GRADA VRBOVCA.

*

1. potpuno se slažem
2. slažem se
3. neodlučan/neodlučna sam
4. ne slažem se
5. u potpunosti se ne slažem

3. Manifestacije poput „Kaj su jeli naši stari“ doprinose povećanju posjećenosti Grada Vrbovca. 1 - 5
4. „Vrbovečko projahivanje i konjičke igre“ imaju pozitivan utjecaj na lokalno gospodarstvo. 1 – 5
5. Obilježavanje „Dana grada Vrbovca“ jača osjećaj zajedništva među stanovnicima. 1 - 5
6. Manifestacije u Vrbovcu pridonose očuvanju i promociji kulturne i povijesne baštine. 1-5
7. Učešće u lokalnim manifestacijama povećava moj osobni ponos za grad. 1 - 5
8. Turističke manifestacije u Vrbovcu nude autentična iskustva koja odražavaju lokalnu kulturu. 1 - 5
9. Ekonomski benefiti od manifestacija pravedno se distribuiraju unutar lokalne zajednice. 1 - 5
10. Manifestacije mogu privremeno povećati cijene lokalnih usluga i proizvoda, što negativno utječe na stanovnike. 1 - 5
11. Uključenost lokalne zajednice u planiranje i organizaciju manifestacija je zadovoljavajuća. 1 - 5
12. Manifestacije u Vrbovcu čine grad atraktivnijim turističkim odredištem. 1 - 5
13. Postoji dovoljno informacija o nadolazećim manifestacijama u gradu. 1 - 5
14. Manifestacije doprinose raznolikosti turističke ponude Vrbovca. 1 - 5
15. Lokalne manifestacije negativno utječu na kvalitetu života zbog buke i gužve. 1 - 5
16. Sadržaj manifestacija odgovara interesima i potrebama različitih skupina posjetitelja i stanovnika. 1 - 5
17. Aktivnosti i programi manifestacija promiču održivi turizam i ekološku svijest. 1 - 5



Sveučilište Sjever



IZJAVA O AUTORSTVU

Završni/diplomski/specijalistički rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, Danijela Behur Terj pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor diplomskog rada pod naslovom Uloga manifestacija u kreiranju turističke ponude grada Vrbovca te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student:

(vlastoručni potpis)

Sukladno članku 58., 59. i 61. Zakona o visokom obrazovanju i znanstvenoj djelatnosti završne/diplomske/specijalističke radove sveučilišta su dužna objaviti u roku od 30 dana od dana obrane na nacionalnom repozitoriju odnosno repozitoriju visokog učilišta.

Sukladno članku 111. Zakona o autorskom pravu i srodnim pravima student se ne može protiviti da se njegov završni rad stvoren na bilo kojem studiju na visokom učilištu učini dostupnim javnosti na odgovarajućoj javnoj mrežnoj bazi sveučilišne knjižnice, knjižnice sastavnice sveučilišta, knjižnice veleučilišta ili visoke škole i/ili na javnoj mrežnoj bazi završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice, sukladno zakonu kojim se uređuje umjetnička djelatnost i visoko obrazovanje.