

Utjecaj glazbenog festivala na razvoj Novalje kao turističke destinacije

Vukasović, Anja

Master's thesis / Diplomski rad

2020

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:189493>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-12**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)



**SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN**



DIPLOMSKI RAD br. 311/PE/2020

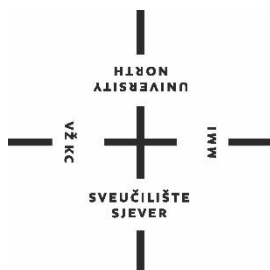
**Utjecaj glazbenog festivala na razvoj Novalje kao
turističke destinacije**

Anja Vukasović

Varaždin, ožujak 2020.

SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN

Studij Poslovne ekonomije



DIPLOMSKI RAD br.311/PE/2020

**Utjecaj glazbenog festivala na razvoj Novalje kao
turističke destinacije**

Student:
Anja Vukasović, 0760/336D

Mentor:
doc. dr. sc. Dijana Vuković

Varaždin, ožujak 2020.

Prijava diplomskog rada

Definiranje teme diplomskog rada i povjerenstva

ODJEL Odjel za ekonomiju

STUDIJ diplomski sveučilišni studij Poslovna ekonomija

PRISTUPNIK Anja Vukasović

MATIČNI BROJ 0760/336D

DATUM 01.03.2020.

KOLEGIJ Marketinške strategije u turizmu

NASLOV RADA Utjecaj glazbenog festivala na razvoj Novalje kao turističke destinacije

NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU The impact of the music festival on the development of Novalja as a tourist destination

MENTOR Dijana Vuković

ZVANJE doc. dr. sc.

ČLANOVI POVJERENSTVA

1. izv.prof.dr.sc. Ante Rončević, predsjednik
2. izv.prof.dr.sc. Anica Hunjet, član
3. doc.dr.sc. Dijana Vuković, mentor
4. doc.dr.sc. Damira Đukec, zamj. član
- 5.

VŽKC

MMI

Zadatak diplomskog rada

BROJ 311/PE/2020

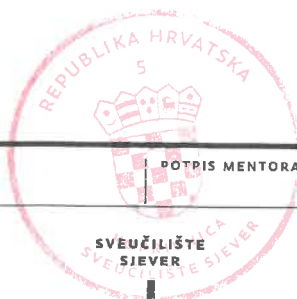
OPIS

Manifestacije su stare koliko i samo čovječanstvo, a suvremeno doba nije prekinulo čovjekovu potrebu da za druženjem, zabavom i obilježavanjem njemu važnih trenutaka. Manifestacije koje uključuju festivale, sportske događaje, kulturne i druge razne oblike manifestacija, sve se brže razvijaju i postaju utjecajnije na turizam. U sklopu diplomskog rada potrebno je:

- * objasniti kulturni turizam;
- * pojasniti ulogu i značaj manifestacija i njihov utjecaj na razvoj destinacije;
- * pobliže definirati karakteristike kulturnog turista glazbenih festivala;
- * analizirati festivale na međunarodnoj razini;
- * provesti empirijsko istraživanje kako bi se utvrdili motivi dolaska turista u Novalju;
- * definirati zaključak rada.

ZADATAK URUČEN

01.03.2020.



POTPIS MENTORA

Dijana Vuković

ZAHVALA

Ovaj završni rad predstavlja kraj jednog poglavlja u mom životu te ujedno i početak novog.

Kroz ovo putovanje koje je bilo puno izazova, učenja i obveza nisam prolazila sama. Stoga se želim zahvaliti ponajprije svojoj mentorici doc.dr.sc. Dijani Vuković na ukazanom povjerenju, strpljivosti, motiviranosti, podršci i pomoći tijekom samog studiranja i pisanja diplomskog rada.

Hvala i svim profesorima Sveučilišta Sjever na prenesenom znanju, susretljivosti i razumijevanju.

Želim se također zahvaliti svojim prijateljima i kolegama koji su mi bili podrška i vjerovali u mene do samog kraja. Bez vas ovo iskustvo ne bi bilo isto!

Veliko hvala mojoj obitelji, roditeljima tati Boži, mami Zvezdani i bratu Filipu. Moja ste najveća podrška koja uvijek stoji čvrsto uz mene te ste mi uvelike pomogli da kroz ovaj put ojačam. Nakon svakog pada vratila sam se još jača, nisam odustajala tako lako i uspjela sam ostvariti svoj cilj.

HVALA!

SAŽETAK

Pojava i organizacija glazbenih festivala sve je učinkovitija pa je kao takva dovela do formiranja novog oblika turizma. Turisti postaju sve iskusniji i zahtjevniji pa svaka destinacija nastoji istaknuti vrijednosti svojih proizvoda i usluga da bi bila što konkurentnija na tržištu. Kvalitetna organizacija glazbenih festivala dovodi do promjene imidža destinacije. Osim pozitivnih učinaka glazbenih festivala, postoje i razni problemi koje treba na vrijeme uočiti. Da bi se izbjegli negativni učinci na destinaciju, a i na lokalno stanovništvo, potrebno je smisliti i provesti što kvalitetniju strategiju razvoja turizma festivala.

Tema ovog završnog rada vezana je za utjecaj glazbenog festivala na razvoj Novalje kao turističke destinacije. Novalja se ovom vrstom turizma uspješno bavi preko deset godina. Brojni klubovi i popratni sadržaji na plaži Zrće ugošćuju uglavnom mlađu populaciju iz raznih dijelova svijeta kako bi zadovoljila svoje potrebe. Ulaganja u ovaj selektivni oblik turizma su učestala i sve brojnija jer je ova vrsta turizma postala sve traženija.

Ključne riječi : *Novalja, turizam festivala, organizacija, destinacija, turisti, plaža Zrće*

ABSTRACT

The appearance and organization of music festivals has become increasingly effective, and as such has led to the formation of a new form of tourism. Tourists are becoming more experienced and demanding, so each destination strives to emphasize the value of its products and services in order to be more competitive in the market. Good organization of music festivals is changing the image of the destination. In addition to the positive effects of music festivals, there are various problems that need to be noticed on time. In order to avoid negative effects on the destination, as well as on the local population, it is necessary to devise and implement a quality strategy for the development of festival tourism.

The theme of this final thesis is related to the influence of the music festival on the development of Novalja as a tourist destination. Novalja has been successfully engaged in this type of tourism for over ten years. Numerous clubs and related facilities at Zrće Beach cater to the mostly younger population from different parts of the world to meet their needs. Investments in this selective form of tourism are becoming more and more frequent as this type of tourism has become more and more in demand.

Key words : *Novalja, tourism of festivals, organization, destination, tourists, Zrće beach*

SADRŽAJ

| | |
|---|----|
| 1. UVOD | 1 |
| 1.1. Predmet i ciljevi rada | 1 |
| 1.2. Izvori i metode prikupljanja podataka | 2 |
| 1.3. Struktura rada..... | 2 |
| 2. TURIZAM DANAS | 4 |
| 2.1. Suvremeni turizam | 4 |
| 2.2. Kulturni turizam..... | 6 |
| 2.3. Autentičnost u turizmu..... | 7 |
| 2.4. Glazbenokulturni turizam | 8 |
| 2.5. Profil kulturnog turizma..... | 9 |
| 3. DOGAĐAJI KAO MOTIVI SADRŽAJA TURISTIČKE DESTINACIJE | 11 |
| 3.1. Vrste događaja | 11 |
| 3.2. Turizam događanja | 13 |
| 3.3. Utjecaj festivala na razvoj turističke destinacije..... | 13 |
| 3.4. Festivalsko okružje | 14 |
| 3.5. Analiza festivala na međunarodnoj razini..... | 17 |
| 3.5.1. Oktoberfest | 20 |
| 3.5.2. St. Patrick`s day, Dublin, Irska..... | 21 |
| 3.6. Analiza turizma festivala u Hrvatskoj..... | 22 |
| 3.6.1. Ultra Europe – Split..... | 24 |
| 3.6.2. INmusic festival..... | 25 |
| 4. ANALIZA GLAZBENIH FESTIVALA NOVALJE I RAZVOJ TURISTIČKE DESTINACIJE | 26 |
| 4.1. Fresh Island festival | 26 |
| 4.2. Profil potrošača Fresh Island festivala | 28 |
| 4.3. Hideout Festival | 29 |
| 4.4. Profil potrošača Hideout Festivala..... | 30 |
| 4.5. Dinamičnost razvoja turističke destinacije Novalja..... | 31 |
| 4.6. Elementi razvoja turističke destinacije Novalja..... | 35 |
| 4.7. Razvojni koncept turističke destinacije Novalja..... | 41 |

| | |
|---|----|
| 5. ISTRAŽIVANJE | 46 |
| 5.1. Metodologija istraživanja..... | 46 |
| 5.2. Ciljevi istraživanja | 46 |
| 5.3. Hipoteze istraživanja..... | 47 |
| 5.4. Diskusija rezultata istraživanja | 48 |
| 6. ZAKLJUČAK | 73 |
| 7. LITERATURA | 75 |
| POPIS SLIKA :..... | 78 |
| POPIS TABLICA :..... | 79 |
| ANKETNI UPITNIK | 81 |

1. UVOD

Turizam je jedna od najprofitabilnijih grana u svijetu i nije jednostavna pojava. Zbog kompleksnosti tržišta i sve većih potreba suvremenih turista, raste i brojnost njegovih selektivnih oblika. Tema ovog diplomskog rada vezana je za utjecaj glazbenih festivala na razvoj Novalje kao turističke destinacije. Grad Novalja spada u najrazvijenije otočke gradove Hrvatske koje je orijentirano na turizam. Kako se turizam sve više razvijao tako se razvijao i turizam festivala. S obzirom na to da su današnji turisti sve iskusniji i zahtjevniji tako se i turističko tržište prilagođava njihovim željama i potrebama. Svojom strategijom i naporima uvjetuje da se ponuda i potražnja mijenjaju. Što je destinacija atraktivnija, ponuda zabavnih programa raznovrsnija, organizacija festivala učinkovitija, velika je vjerojatnost da će privući velik broj posjetitelja. Na kraju krajeva, to je od velikog značaja za samu destinaciju kako bi se produžila sezona i sama atraktivnost destinacije. Turizam festivala utječe na lokalni razvoj infrastrukture, na izgradnju novih i modernijih smještajnih kapaciteta te potiče pokretanje raznovrsnijih ugostiteljskih, sportsko-rekreativnih sadržaja i svih pratećih djelatnosti koji bi u konačnici trebali pružiti zadovoljstvo i doživljaj za pamćenje. Glazbene manifestacije postaju sve popularnije među turistima, a samim time imaju i veći doprinos i značaj za turizam. S obzirom da već godinama ljetujem u Novalji i pratim događaje vezane uz glazbene festivale, zaintrigiralo me da ovoj temi pridodam više pažnje. Uspijevaju li glazbeni festivali zadovoljiti očekivanja publike te ima li ova vrsta turizma budućnost, bit će opisano u daljnjem nastavku rada.

1.1. Predmet i ciljevi rada

Predmet ovog rada je istražiti kakav utjecaj ima glazbeni festival na razvoj Novalje kao turističke destinacije.

Cilj diplomskog rada je identificiranje menadžmenta manifestacija, definiranje pojma manifestacija i njihovih karakteristika. Utvrđivanje i razumijevanje učinaka na glazbene manifestacije te metode i modele evaluacije glazbenih manifestacija, s naglaskom na ponudu koju posjetiteljima pruža poznata plaža Zrće te istražiti što Novalja kao destinacija glazbenih festivala nudi. Također, potrebno je otkriti kakva je budućnost turizma u Novalji i odrediti strukturu gostiju koji ju posjećuju.

1.2. Izvori i metode prikupljanja podataka

Prvi dio diplomskog rada se temeljio na metodi istraživanja za stolom, prilikom čega su se koristile različite metode sekundarnih podataka (knjige, znanstveni članci, elektronički izvori) iz kojih su prikupljene informacije o tematici. Nadalje, definirani su svi bitni pojmovi čime se stvorila mogućnost boljeg razumijevanja teme. Kao sekundarni izvori ponajviše se koriste relevantni znanstveni članci, knjige i internetski izvori.

Drugi dio rada koncipiran je na samostalnom istraživanju koje se baziralo na anonimnom anketnom upitniku. Ispitanici su odabrani nasumično, a anketa se provodila u Novalji tijekom srpnja i kolovoza 2019. godine klasičnom metodom papir-olovka. Sastojala se od 23 pitanja otvorenog i zatvorenog tipa. Ukupan broj ispitanika na kraju istraživanje bio je 124 te je provedena statistička analiza i donesen zaključak.

1.3. Struktura rada

Rad je strukturno podijeljen u 7 poglavlja.

Sažetak se sastoji od dijela gdje se autor na hrvatskom i engleskom jeziku obraća u nekoliko rečenica, čime se dotiče same teme i gdje se spominju najbitnije činjenice te je dan popis ključnih riječi. *Uvod* čitatelju pobliže objašnjava samu temu diplomskog rada, definiranje predmeta i ciljeva. Također, navodi se opis strukturne i sadržajne podjele rada.

Turizam danas je naziv drugog poglavlja u kojem se definira sam pojam turizma, njegova ukratko opisana povijest te daljnji razvitak. Analiziraju se suvremeni, kulturni i glazbenokulturni turizam, autentičnost u turizmu i profil kulturnog turizma.

Treće poglavlje se odnosi na *Događaje kao motive sadržaja turističke destinacije*. Definira vrste događaja, turizam događanja, sam utjecaj festivala na razvoj turističke destinacije, pojam i značaj festivalskog okružja te ukratko opisane festivale u svijetu i Hrvatskoj.

Analiza glazbenih festivala Novalje i razvoj turističke destinacije analizira neke od najposjećenijih i najpoznatijih festivala Novalje, kao i njihove potrošače. Dinamičnost

razvoja Novalje kao turističke destinacije, elemente razvoja i razvojni koncept koji su od velikog značaja za budućnost same destinacije.

U petom poglavlju je detaljno opisano *Istraživanje*. Osim opisa, sadrži i statističku obradu rezultata koji su korišteni u svrhu donošenja zaključaka na temelju iznesenih ciljeva i hipoteza istraživanja. Pretposljednji dio rada se odnosi na *Zaključak* u kojem je sumiran čitav rad.

Literatura, kao posljednji dio, sadrži popis svih korištenih izvora podataka, popis slika i tablica koji su poslužili prilikom pisanja ovog diplomskog rada.

2. TURIZAM DANAS

Turizam je stekao status iznimno važne komponente nacionalnih gospodarstava mnogih zemalja. Osnovne funkcije suvremenog turizma dijele se na¹ : društvene (humanističke, neekonomske) i ekonomske. Društvene funkcije turizma pridonose obogaćivanju čovjeka novim spoznajama, doživljajima i aktivnostima. Povezuje se s izvornim motivima turističkih kretanja koji nisu u vezi s postizanjem gospodarskih ciljeva, a dijele se na one s² : neposrednim djelovanjem (zdravstvene, rekreacijske i kulturne funkcije) i s posrednim djelovanjem (socijalne, obrazovne i političke funkcije). Turistička ponuda je količina roba i usluga koja se nudi turistima na određenom turističkom tržištu u određeno vrijeme i po određenoj cijeni. Turistička potrošnja je sva potrošnja pojedinca u mjestu stalnog boravka za potrebe turističkog putovanja, za vrijeme putovanja u turističko odredište, kao i sva potrošnja za kupnju roba i usluga za vrijeme boravka u turističkom odredištu. U teoriji i praksi, turizam se poistovjećuje s pojmom „masovni turizam“ koji podrazumijeva veliki broj turista, organizirano putovanje, paket-aranžmane agencija i turoperatora. Motivi turista su u fokusu, a ponuda je u ravnoteži s okruženjem.

2.1. Suvremeni turizam

Definicija turizma švicarskih znanstvenika, Hunzikera i Krapfa u hrvatskom prijevodu glasi: „*Turizam je skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s njime nije povezana nikakva njihova privredna djelatnost*“ (prijevod u Marković, S. i Z., 1967.). Podizanje životnog standarda, liberalizacija života i prometne mogućnosti, doprinjeli su velikom porastu turizma, koji 1950-ih godina prvi put bilježi 50 milijuna putnika u svijetu. Definicija turizma od strane McIntosha, Goeldnera i Ritchieja (1995.) glasi : „*Turizam je znanost, vještina i tržišno poslovanje privlačenja i prijevoza posjetitelja, njihova smještaja i ljubaznog pružanja ugostiteljskih usluga prema njihovim potrebama i željama.*“

Početak suvremenog turizma smatra se 1841. godina jer se tada organiziralo prvo turističko putovanje, od strane Thomasa Cooka u tadašnjoj viktorskoj Engleskoj.

¹ <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=62763> (datum pristupa : 10.02.2020.)

² <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=62763> (datum pristupa : 10.02.2020.)

Bila je to era parobroda i željeznica, tada novih, mnogo bržih načina prometa koji su omogućili daljnja putovanja nego prije. Cook je organizirao je odlazak zainteresiranih članova Društva suzdržljivosti (Temperance Society) novootvorenom željeznicom iz Leicestera na sastanak u grad Loughborough, udaljen 18 kilometara. 5. srpnja 1841. g. Dogovorio se sa željeznicom o cijeni putovanja (jedan šiling) koja je uključivala karte za vlak i hranu. Ovo je bilo prvo privatno organizirano putovanje koje je bilo objavljeno u javnosti, a Cook je kasnije priznao da je neobjavljenih putovanja bilo i ranije. U 20. stoljeću razvoj prometa bio je izuzetno važan čimbenik razvoja turizma. Željeznica je već tijekom 19. stoljeća postala glavno prijevozno kopneno sredstvo. Brodovi postaju sve brži te je već prije Drugog svjetskog rata bilo moguće stići iz Europe u SAD za manje od tjedan dana. Razvoj zračnog prometa (intenzivno od 1950-ih godina) dovodi do novog booma u turističkom prometu, a masovna automobilizacija (u SAD-u još prije Drugog svjetskog rata, a u Europi od 1950-ih godina) omogućuje sve više individualnih putovanja koja otvaraju nove turističke regije (npr. Zapad SAD-a, gdje se kampiranje masovnije javlja još od 1929. g.). Zapadna i srednja Europa postaju središta turizma 1930-ih. „Osnovna jedinica za proučavanje turizma je turist, tj. svaka osoba (putnik) koja na putovanju izvan svojeg mjesta stalnog boravka (domicila) provede najmanje 24 sata (ne dulje od jedne godine), a putovanje koje ima obilježje privremenog boravka i na koje je krenuo dobrovoljno poduzima radi odmora, razonode, relaksacije, rekreacije, obiteljskih, zdravstvenih i profesionalno-stručnih i sličnih razloga.“³ Najbrže rastući turizam današnjice je turizam temeljen na prirodi, tzv. ekoturizam, pustolovni turizam. Autori L. Lawton i D. Weaver su 2000. g. dali definiciju turizma temeljenog na prirodi: „*Jedan od oblika turizma koji njeguju ovisan, pojačan ili nenamjeran odnos prema prirodnom okolišu ili neki aspekt tog odnosa kao što je korištenje određenih atraktivnosti i/ili ambijenta.*“

Razvoju se u turizmu oduvijek pridavalo najveće značenje jer je to onaj aspekt koji proizvodi najviše ekonomskih učinaka i ti su učinci najviše vidljivi. Najviše pozornosti u istraživanjima turizma pridavalo se turističkim statistikama, o broju dolazaka turista, broju noćenja te ostvarenim prihodima. U Republici Hrvatskoj predstavlja jedan od

³ Kurečić P, kolegij *Turizam, razvoj i turistička politika*, nastavni materijal ak.godina 2018./2019. Sveučilište Sjever

najvažnijih ekonomskih sektora, kao i u zemljama širom svijeta. Turizam u Republici Hrvatskoj ima izrazito visok udio u nacionalnom proizvodu (Ministarstvo turizma, 2013.) te je popraćen visokim udjelom u zapošljavanju.

2.2. Kulturni turizam

Kulturni turizam je vrsta turizma koja se sastoji od pojmova kultura i turizam, a ciljani potrošači su turisti koji ciljano putuju u određenu destinaciju kako bi posjetili muzeje, izložbe, koncerte, festivale ili je njihovo putovanje vezano uz već „izgrađenu“ baštinu koja se proteže od velikih religijskih spomenika do svjetovne arhitekture. Vezan je općenito za putovanja koja uključuju posjete kulturnim resursima. Kultura i kulturna baština su elementi koji doprinose prepoznatljivosti određene turističke destinacije pa su često i preduvjet odabira određenog segmenta potrošača kulturnog turizma. Glavni i najvažniji element ove vrste turizma je zabava, a svrha kulturnog turizma je otkrivanje spomenika i lokaliteta. Što se tiče Hrvatske i njenog kulturnog turizma, pridaje mu se sve veća pažnja. „Mnogobrojne konferencije i radionice su sve učestalije što se tiče programa kulturnog turizma, a tome je svakako doprinjela izrada Strategije razvoja kulturnog turizma te sama njena provedba od strane Ureda za kulturni turizam HTZ-a te Zajednica za kulturni turizam HGK.“⁴

„Razvojem kulturnog turizma, turistički sektor teži obogaćivanjem turističke ponude prevladati strukturne probleme hrvatskog turizma poput izražene sezonalnosti i geografske koncentracije potražnje duž Jadranske obale, dok je interes kulturnog sektora u financijskim efektima koji proizlaze iz njegova intenzivnijeg uključivanja u turističku ponudu“⁵. Razvoj kulturnog turizma od velikog je značaja za destinacije koje nemaju dovoljno izgrađen imidž koji im omogućava prepoznatljivost na turističkom tržištu.

⁴ Ured za kulturni turizam u okviru Programa rada Hrvatske turističke zajednice realizira programske ciljeve i zadatke Strateškog marketinškog plana razvoja hrvatskog turizma, te strateške prioritete i akcije Strategije razvoja kulturnog turizma Vlade Republike Hrvatske.

⁵ Tomljenović, R. (2006.) : *Hrvatski turizam – plavo, bijelo zeleno, Kulturni turizam*, Institut za turizam., Zagreb, str. 119.

„Pojam „kulturni turizam“ pojavio se kao nova vrsta turizma 70-ih godina.“⁶ Putovanja su uvelike motivirana posjećivanjem manifestacija, znamenitih građevina i umjetničkih djela koja su postojala još u antičko doba, te se nastavila sve do današnjih dana. Najznačajniji aspekti kulturnog turizma mogu se sažeti u 6 točaka⁷ : upravljanje kulturom za potrebe turizma, učinci kulture na turizam, utjecaj turizma na kulturu destinacije, percepcija imidža destinacije od strane potencijalnih turista, potrošnja kulturnog turista i kulturni utjecaj turizma na turiste. „Također, da bi se turisti smatrali „kulturnim turistima“, oni bar djelomice moraju biti motivirani željom da sudjeluju u kulturnim aktivnostima.“⁸

2.3. Autentičnost u turizmu

Razvoj turističke ponude te unaprijeđivanje turističke destinacije trebao bi se temeljiti na praćenju modernih trendova turističke potražnje putem obogaćivanja turističke ponude. U današnje vrijeme, turističke destinacije nastoje kreirati jedinstvene turističke proizvode kako bi opstale na sve konkurentnijem turističkom tržištu te kako bi se međusobno razlikovale jedne od drugih ponudom nečeg drugačijeg. Mnogobrojne destinacije imaju za cilj privući kako radnu snagu, tako i turiste. Turizam je u većini zemalja ključni element razvoja, a uglavnom svaka zemlja u svijetu ima potencijal i dostupne resurse za razvoj turizma. Autentičnost je najčešće vezana za kulturni turizam, a ima namjeru da se opišu potencijalni i efektivni korisnici turističke ponude kojima je glavni cilj doživjeti autentičnost prepoznatog povijesnog ambijenta. Bogata kulturna baština (povijest, kultura, arhitektura) često su jedan od glavnih motiva za dolazak turista u turističku destinaciju. Da bi se uopće potaknuo interes turista za kulturne atrakcije, kulturne se atrakcije moraju održavati, oblikovati i isticati u kontekstu ponude destinacije zajedno s ostalim uslugama. „Kulturni motivi se očituju u težnji za otkrivanjem i upoznavanjem drugih kultura, ljudi, načina njihova života, glazbe, umjetnosti, folklor, plesa, karnevala, itd.“⁹ Turisti žele ostvariti kontakt s lokalnim stanovništvom i kulturom ne samo kroz priču vodiča, nego žele iskusiti okruženje,

⁶ <http://www.kulturni-turizam.com/hrv/sadrzaj/okulturnomturizmu/> (datum pristupa : 13.02.2020.)

⁷ Jelinčić, D., (2008.) : *Abeceda kulturnog turizma*. Meandarmedia. Zagreb, str. 60.

⁸ Vlada Republike Hrvatske – Ministarstvo turizma, (2003.) *Strategija razvoja kulturnog turizma*, Zagreb, str. 5.

⁹ <https://spasimobisevo.org/kulturni-resursi-kao-cinitelj-turisticke-ponude-u-21-stoljecu/> (datum pristupa : 13.2.2020.)

probati hranu, pića, popričati s lokalnim stanovništvom. Nova muzeologija turistima umjesto izložaka i vođenja kroz izložbe nudi happeninge i multimedijske doživljaje. „Važno je osigurati djelotvoran marketinški menadžment kulturnih atrakcija i kombinirati različita područja interesa u svakom aranžmanu te u isto vrijeme turistima osigurati različite pogodnosti, privlačnosti i usluge.“ (Keller, 2000, 11). Važno je za samu destinaciju da su atrakcije prilagođene turistu u kojoj i on sam može sudjelovati, a ne samo promatrati u publici kao gledatelj. Otkrivanje autentičnog nasljeđa od velikog je značaja za sam motiv putovanja u određenu destinaciju.

2.4. Glazbenokulturni turizam

Glazbeni turizam je zasebna grana kulturnog turizma ¹⁰, a glazba je u tom kontekstu glavni medij određenog mjesta, odnosno destinacije te može postati vrlo važan čimbenik razvoja u ekonomskom i kulturalnom smislu unutar turizma : „ *Glazbeni turizam je individualno i kolektivno iskustvo, namijenjeno za pojedince ili grupe, a jezik rituala, putovanje, kao i vezanost za prošlost njegovi su ključni elementi.*“ ¹¹ Uz nastanak glazbenog turizma najčešće se veže „*Grand Tour*“¹² koji je naglašavao važnost umjetnosti, arhitekture i kulturne scene Europe kroz odlaske na razne glazbeno-umjetničke koncerte i događaje ili kroz usvajanje novih glazbenih vještina. (Gibson, Connell, 2005.) Dolazim do zaključka da je glazbeni turizam oblikovao određene obrasce rekreacije i turizma, postao vrijedan izvor prihoda, preoblikovao sjećanja i identitete glazbe, glazbenika te uglavnom nedavne prošlosti. Oblik glazbenog turizma su glazbeni festivali, a mogu se okarakterizirati kao kategorije kulturnog proizvoda ili teksta koje su postale dio ekonomske strategije temeljene na turističkom i regionalnom razvoju. (Gibson, Connell 2005.) Festivali unutar glazbenog turizma mogu biti viđeni kao izraz političkih i društvenih identiteta ili kao roba koja se prodaje, a prema definiciji

¹⁰ “Kulturni turizam jest takva vrsta turizma u kojem su meta turističkih posjeta muzeji, izložbe, koncerti, ili je pak takva vrsta turizma vezana uz materijalnu, tj. ‘izgrađenu’ baštinu – od velikih religijskih spomenika do svjetovne arhitekture“ (<https://www.culturenet.hr/default.aspx?id=23209&>).

¹¹ Gibson, Conell. (2005.) *Music Tourism: On the road again*. Cleveland: Channel View Publications, str. 210.

¹² Termin se odnosi na 17. i 18. stoljeće te običaj tradicionalnog putovanja po Europi, a obuhvaćalo je obično viši srednji stalež.

oni su vrsta umjetničkih ili kulturnih festivala koji imaju temu shodno žanru, tj. postoje različite vrste glazbenih festivala poput klasičnih, jazza ili popularnog žanra festivala (Bowen, 1999.)¹³ Uz povijest festivala¹⁴ najčešće se vežu ritual, svečanost i tradicija. Festivali često odražavaju potrebu za egzotikom, dok se većina oblika turizma odnosi na privremeno oslobađanje od svakodnevnice. „Hrvatska je u posljednjih nekoliko godina postala pravo festivalsko odredište s ponudom koja privlači goste iz svih krajeva svijeta.“¹⁵ Split, Hvar, Novalja, samo su neka od odredišta s najviše upita za smještaj. „Broj festivala koji počinju u predsezoni i traju sve do kraja podsezone sve je veći, a time se i produljuje glavna turistička sezona.“¹⁶ Kvalitetna i sadržajima bogata destinacija treba biti glavni motiv dolaska koji će privući turiste, zadržati ih i na kraju krajeva ostaviti dobar dojam da se ponovno vrate. „Glazbeni festivali često znaju biti glavni motiv turistima, pa je njihov utjecaj na turistički promet vrlo snažan. Festivali, osim što stvaraju kvalitetan sadržaj, značajno doprinose imidžu Hrvatske kao atraktivne i dinamične destinacije¹⁷.“

2.5. Profil kulturnog turizma

Bogata kulturna baština je najčešći motiv za dolazak u neku turističku destinaciju. Stjecanje iskustva i novi doživljaji motivi su turistima da se odluče posjetiti kulturno nasljeđe. Da bi destinacija bila prepoznata na turističkom tržištu, bitno je prepoznati motiv samog dolaska i posjete kulturnim resursima te imati povratne informacije da li su posjetitelji zadovoljni samim „kulturnim proizvodom“. Zaštita kulturnih vrijednosti unutar same destinacije je zadaća društva. Pozitivne i negativne strane kulturnog turizma jako su slične učincima turizma općenito. U slučaju kulturnog turizma, javlja se

¹³ Prema Gibsonu i Conellu (2005.), dok su festivali klasične glazbe, jazza i opere asocirani s višom ili srednjom višom klasom, popularni i folk festivali su vezani uz srednju ili srednju nižu klasu publike.

¹⁴ Festivali postoje već stoljećima, no glazbeni festivali se vežu uz mnogo masovnija ljudska okupljanja u povijesti koja su uključivala i glazbene izvedbe, kao npr. Pitijske igre u antičkoj Grčkoj te se takvi događaji smatraju prvim glazbenim festivalima.

¹⁵ https://www.turistplus.hr/hr/glazbeni_festivali_sve_jaca_karika_hrvatskog_turizma/2479/12
(datum pristupa : 23.01.2020.)

¹⁶ https://www.turistplus.hr/hr/glazbeni_festivali_sve_jaca_karika_hrvatskog_turizma/2479/12
(datum pristupa : 23.01.2020.)

¹⁷ <https://www.turizmoteka.hr/vijesti/hrvatska/glazbeni-festivali-i-turizam/> (datum pristupa : 14.02.2020.)

prijetnja prilikom posjete kulturnoj baštini gdje je prisutan velik broj turista. Razlika je što se kod kulturnog turizma javlja dodatna prijetnja posebno prilikom posjete kulturnoj baštini svjetskog značaja. Pozitivne strane kulturnog turizma očituju se u porastu razine obrazovanja i povećanju slobodnog vremena. Ponašanje turista ponekad zna biti neprikladno, osobito kada je u pitanju mlađa populacija. Takvo ponašanje lokalno stanovništvo u većoj mjeri ne odobrava. „Pri tome nastaju dvije kategorije: „mi“ i „oni“, domaćini i gosti, posjećeni i posjetioци, uznemiravani i uznemiravajući.“¹⁸ Upravo zbog takve vrste posjetitelja, lokalno stanovništvo sve učestalije razmišlja o očuvanju starih običaja, kulturi, tradiciji i ritualima. U takvoj situaciji, lokalno stanovništvo ide u krajnost i tretira kulturu kao da je njihovo vlasništvo, bez da bi druga strana uopće imala doticaja. Upravo su kulturna dobra u vlasništvu države te je vrlo značajna njena uloga u razvoju kulturnog turizma. Glavni zadatak je stvaranje prepoznatljivosti turističke destinacije kroz promociju kulturne baštine koju i financira država.

¹⁸ Đukić-Dojčinović, V. (2005.): *Kulturni turizam – menadžment i razvojne strategije*. Beograd: Clio, str. 85.

3. DOGAĐAJI KAO MOTIVI SADRŽAJA TURISTIČKE DESTINACIJE

Manifestacije su stare koliko i samo čovječanstvo, a suvremeno doba nije prekinulo čovjekovu potrebu za druženjem, zabavom i obilježavanjem njemu važnih trenutaka. Manifestacije koje uključuju festivale, sportske događaje, kulturne i druge razne oblike manifestacija, sve se brže razvijaju i postaju utjecajnije na turizam. U današnje doba od velikog je značaja korištenje društvenih mreža, a između ostalog, Facebook i Instagram samo su neke od njih. Prenošenje raznih vrsta informacija, fotografija, videozapisa velikom brzinom dopiru do ostatka korisnika društvenih mreža. Ovakav način širenja informacija ima sve veći utjecaj, a upravo te informacije mogu biti od značajne pomoći institucijama i ostalim sudionicima koji sudjeluju u kreiranju ponude turističke destinacije. Na kraju krajeva, turisti su ti koji ocjenjuju kvalitetu manifestacija kao turističkog proizvoda. Zato je potrebno voditi brigu i identifikaciju očekivanja posjetitelja te njihovo zadovoljstvo.

3.1. Vrste događaja

„Organiziranje događaja je prilika za isticanje kvaliteta i posebnosti turističke destinacije, a najvažnije gledište turizma događaja jest privući i zainteresirati turiste, kako strane tako i domaće.“¹⁹ U turizmu događaja prednost i atraktivnost turističke destinacije postiže se komparativnim i konkurentskim prednostima. Kao turistički proizvod, vrlo su važni za svaku destinaciju. „Velik je broj turista kojima su upravo događaji glavni motivi za posjetu određene turističke destinacije, dok za neke turiste predstavljaju popratni sadržaj.“²⁰ Od velikog je značaja da sam događaj bude dobro osmišljen i izrealiziran te da prođe bez nekih većih incidenata jer kao takav, izaziva pozornost medija. Također, utječe na stvaranje imidža destinacije. Razvoj „hallmark događaja“²¹ utječe na kreiranje same turističke destinacije. U mnogim gradovima događaji predstavljaju važan dio turističkog proizvoda koji privlači određene potrošače.

¹⁹ Trošt Lesić, K. (2014.) : *Definicija festivala i manifestacija*, Predavanje iz kolegija Planiranje i organizacija kulturnih manifestacija, Pula, str.10.

²⁰ Jelinčić, D. (2010.) *Kultura u izlogu*, Zagreb: Meandermedia, str.20.

²¹ Karakteristična (hallmark) događanja imaju veliki značaj u smislu očuvanja tradicije, atraktivnosti, imidža i publiciteta, koje zajednici ili destinaciji osiguravaju konkurentsku prednost.

Turisti utječu na porast turističkog prometa, na samo produljenje turističke sezone i pomažu u kreiranju imidža destinacije, a vrste i tipovi događaja su prikazani u tablici 1.

Tablica 1. Marketing turističkih atrakcija, festivala i posebnih događanja

| Vrste događaja | Tipovi događaja | | | |
|-----------------------|--------------------------|-------------------------|----------------------|---------------------|
| Kulturni događaji | Festivali | Karnevali | Parade | Religiozni događaji |
| Zabavni događaji | Koncerti | Umjetničke predstave | Izložbe | Svečanosti |
| Poslovni događaji | Sajmovi | Izložbe | Sastanci | Konferencije |
| Sportski događaji | Profesionalna natjecanja | Amaterska natjecanja | | |
| Obrazovni događaji | Seminari | Kongresi | Stručno usavršavanje | |
| Rekreacijski događaji | Zabavni događaji | Rekreacijska natjecanja | | |
| Privatni događaji | Osobni događaji | Društveni događaji | | |

Izvor: Obrada autora prema Richards, B. (1997.) *Marketing turističkih atrakcija, festivala i posebnih događanja*, Potecon,

Zagreb.

Od velike je važnosti pažljivo birati događaje koji će se organizirati jer svaki događaj može imati i pozitivne i negativne učinke na samu destinaciju.

3.2. Turizam događanja

Događaji postoje oduvijek, a ljudi se okupljaju s ciljem zadovoljenja različitih potreba. Mnogobrojni posjetitelji se odluče za odlazak u druge zemlje iz razloga da upoznaju navike lokalnog stanovništva i njihovih običaja. „Mjesto i vrijeme održavanja događaja određeni su vrstom i samim značajem a vjerski, sportski, kulturni, gospodarski, zabavni karakter su samo neki od njih.“²² „Praksa je pokazala da su u turizmu najposjećenije manifestacije zabavnog i sportskog karaktera. Primjeri toga su Dodjela Oskara Američke akademije za filmska dostignuća ili Filmski festival u Cannesu, Festival piva u Munchenu, filmski Bijenale u Veneciji, Dubrovačke ljetne igre, Novogodišnji koncert u Beču, Zagrebački ljetni ili jesenski velesajam, Svjetski skijaški kup ili novogodišnji skijaški skokovi Četiri skakaonice i druge manifestacije koje se ponavljaju, odnosno već imaju tradiciju i visoka dostignuća, mogu se turistički i gospodarski vrlo dobro valorizirati.“²³ Događaji se mogu koristiti kao osnovna atrakcija oko koje destinacija može razvijati temu i stvarati imidž. „Kvalitetna organizacija i promocija određenog događaja mu omogućuju da postane brend.“²⁴ Rast popularnosti festivala povećavaju se iz godine u godinu. Događaji poboljšavaju imidž mjesta u kojem se održavaju, a uspješna strategija razvoja turizma događaja ovisi koliko je turistička destinacija svjesna potencijala događaja i podržava li aktivnosti vezane uz te događaje.

3.3. Utjecaj festivala na razvoj turističke destinacije

„Turističku destinaciju karakterizira njezina dinamičnost što znači da ona spremno mora odgovoriti na zahtjeve turista koji postaju sve zahtjevniji.“²⁵ Lokalna zajednica ima veliku korist od festivalskih događanja kroz iznajmljivanje smještajnih jedinica i samu promociju destinacije. Međutim, susreće se i s negativnim situacijama poput gužve, buke i zagađenjem okoliša. Konkurentska prednost destinacije ostvaruje se kroz dvije osnovne razine, a to su cjenovna i kvalitativna razina. Pojedine destinacije snižavaju

²² Jelinčić, D. (2010.) *Kultura u izlogu*, Zagreb: Meandermedia, str. 20.

²³ Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O. i sur. (2011.) *Turizam, ekonomske osnove i organizacijski sustav*, Školska knjiga, Zagreb, str. 151.

²⁴ Getz, D.: *Event tourism (2007.), Definition, revolution, and research*, Elsevier, Amsterdam, str. 15.

²⁵ Čorak S.(2011.), *Izazovi upravljanja turizmom*, Institut za turizam, str.34.

cijenu na granici rentabilnosti privlačeći time potencijalne turiste širom svijeta. „Druga kvalitativna razina obuhvaća brzinu inovacija, gdje se elementi ponude sustavno inoviraju i obogaćuju, dovodeći destinaciju na kvalitativno višu razinu zadovoljenja turista i samim tim potreba turista za određenom destinacijom je veća.“²⁶ Turizam je na Zrće i u Novalju stigao sredinom 60-ih godina prošlog stoljeća, povezivanjem otoka Paga trajektima i mostom. Turisti su se već od kraja 60-ih godina kupali na Zrću, ali tada ih je bilo malo. Prije povezivanja otoka Paga trajektom, Novalja je bila vezana uz parobrod i prije svega bila je luka. U samu Novalju turizam je stigao oko 1950. godine. Počeci turizma u Novalji vezani su i uz gostionicu „Gaj“ smještenu kod crkve. Novalja je s vremenom dobila i kamp Straško i druge turističke sadržaje. Prvi gosti koji su posjećivali Novalju bili su Slovenci. Danas su prisutni gosti iz cijelog svijeta, najviše zbog Zrća, a trenutno su najbrojniji Talijani. Turisti su u prošlosti dolazili na Zrće prvenstveno zbog ljekovitog blata, a čitavo područje je uz planove za gradnju postalo zdravstveno lječilište. Prvi objekat sagrađen na Zrću je bio disco-klub u kasnim 70-tim godinama. „To nije bio prvi disco, jer je u Novalji već postojalo nekoliko malih disko klubova, nego je bio prvi pravi disco koji je radio kao samostalni objekt. Sagrađilo ga je tadašnje turističko društvo.“²⁷ Novalja je u bliskoj prošlosti bila destinacija orijentirana prema obiteljima, ali ubrzano ulaganje u Zrće, izgradnja većeg broja disco-klubova na plaži, neprestano ulaganje u popratne atrakcije, dovođenje svjetski poznatih imena, dobra promocija u Hrvatskoj i u svijetu dovela je sve veći broj mlađe populacije na ovu destinaciju. S obzirom na to da je Novalja primarno orijentirana na „party“ turizam, privlačna je mladim turistima. Kao moguća alternativa festivalskom turizmu i privlačenju obitelji i starijih gostiju, trebalo bi utvrditi mogućnost revitalizacije zdravstvenog turizma kroz izgradnju kapaciteta koji bi ponudili korištenje ljekovitog blata kao vida zdravstvenog turizma koji bi produžio turističku sezonu na cijelu godinu.

3.4. Festivalsko okruženje

„Festivali su javne, tematske proslave koje se događaju jednom, rijetko ili na godišnjoj razini koji ljudima predstavljaju priliku za razonodu, društveno i kulturno iskustvo

²⁶ Dulčić A., (2011.), *Upravljanje razvojem turizma*, Mate d.o.o., Zagreb., str.45.

²⁷<https://www.jutarnji.hr/spektakli/nepoznate-fotografije-zrca-kako-je-zapravo-poceo-turizam-na-danasnjoj-najpopularnijoj-plazi-za-partijanere/289246/> (datum pristupa : 01.02.2020.)

izvan svakodnevnog iskustva.“²⁸ „Turizam je sustav sastavljen je od tržišta, putovanja, turističke destinacije i marketinga pri čemu se pod turističkom destinacijom misli na splet objekata i atrakcija koje žele različite skupine posjetitelja te formuliranje politike i marketinško planiranje usmjereno ka zadovoljenju njihovih želja.“²⁹

Najvažnija stavka svakog organizatora festivala je željena publika, jer će se tada festivali moći uspješno razvijati iz godine u godinu. Ako će u početku biti posjećenost svega par tisuća ljudi, kroz dobru reputaciju, marketing i organizaciju, taj broj se s vremenom može povećati i na više desetaka tisuća ljudi što je i najbitniji cilj, okupljanje što većeg broja ljudi sukladno kapacitetima. Festivali su danas postali najbrža rastuća turistička industrija, a održavaju se u mnogobrojnim većim gradovima. Mogu poslužiti kao promocijski alat raznim turističkim zajednicama da od njih naprave najpoželjnije destinacije na svijetu.

Prednosti festivala ³⁰ :

- fleksibilnost prilikom smišljanja i održavanja festivala
- lako prilagodljivi lokalnom okruženju
- utječu na razvoj zajednice i imidž destinacije
- mogu poslužiti prilikom promocije kulturnih raznolikosti i identiteta

Nedostaci festivala³¹ :

- privremeni karakter
- manji festivali su ujedno i neprofitabilni
- zagađenje okoliša i buka
- neprimjereno ponašanje

²⁸ Richards, B., (1997.) *Marketing turističkih atrakcija, festivala i posebnih događanja*, Potecton, Zagreb, 27.str.

²⁹ Gračan D., Rudančić-Lugarić A., *Konkurentnost turističke destinacije –studija slučaja Riječki karneval*, Ekonomski vjesnik, br. 1/2013, str. 271-282.

³⁰ Richards, B. (1997.) *Marketing turističkih atrakcija, festivala i posebnih događanja*. Zagreb, Potecon, str. 25.

³¹ Richards, B. (1997.) *Marketing turističkih atrakcija, festivala i posebnih događanja*. Zagreb, Potecon, str. 25.

Prilikom organizacije festivala, prednosti bi se trebale očitovati u većem broju, tj. nedostaci bi se trebali svesti na minimum, što zapravo znači da bi organizator trebao napraviti sve što je u njegovoj moći da otkloni barem onaj dio nedostataka koji su pod njegovim nadzorom. Festivali se mogu grupirati u različite kategorije, a to su ³²:

- glazbeni festivali
- filmski festivali
- kulturni festivali
- sportski festivali
- vizualni festivali
- folklorni festivali
- proslave
- novonastala tradicija

Kod organizacije, potrebno je istaknuti da mjesto i vrijeme održavanja festivala definiraju koliko će sam festival biti uspješan. Organizatori festivala moraju uzeti u obzir puno elemenata kao što su ³³:

- lokacija
- godišnje doba
- duljina trajanja festivala
- okolica
- sposobnost prostora u svrhu festivala
- trošak rada
- željena publika
- blizina i dostupnost javnog prijevoza
- ozvučenje i osvjetljenje
- sigurnost

³² Richards, B. (1997.) *Marketing turističkih atrakcija, festivala i posebnih događanja*, Potecton, Zagreb, str. 27.

³³ Van Der Wagen, Carlos B. R., (2008.) *Event management, - Upravljanje događanjima*, Mate, Zagreb, str. 26.

Da bi organizacija festivala bila uspješna i na samom vrhuncu, sami organizatori se moraju pobrinuti da barem velika većina nabrojanih elemenata bude izrealizirana.

3.5. Analiza festivala na međunarodnoj razini

Europa je obogaćena velikim brojem festivala, a najpoznatije kategorije su glazbeni festivali, filmski i pivski festivali. „Najpoznatiji glazbeni festival je belgijski festival Tomorrowland.“³⁴ To je festival elektronske plesne glazbe koji se održava u gradu Boomu u Belgiji. Prvi put je održan 2005. godine i od tada je postao jedan od najvećih svjetskih glazbenih festivala. Krajem srpnja, festival će ući u petnaestu godinu održavanja u belgijskom gradu. Velika zainteresiranost je potakla organizatore da produlje njegovo trajanje na dva tjedna. na kojem nastupaju poznati svjetski DJ-evi iz različitih krajeva svijeta. Festival je dobio mnogobrojne nagrade, a neke od njih su 2012. godine prema DJ Awards, gdje je Tomorrowland dobitnik nagrade za najbolji međunarodni festival plesne glazbe. DJ Magazine mu je dodijelio nagradu za 2015. i 2019. godinu te je proglašen najboljim svjetskim festivalom. „Prema International Dance Music Awards dobitnik je nagrade za najbolji glazbeni događaj 4 godine za redom (2012.-2016.).“³⁵

„Exit festival je ljetni glazbeni festival koji se održava u Srbiji, točnije u Novom Sadu na tvrđavi Petrovaradin. Osnovan je 2000. godine kao studentski pokret koji se bori za demokraciju i slobodu u Srbiji i na Balkanu općenito, a društvena odgovornost je ključni aspekt festivalskih aktivnosti.“³⁶ Osnivači su Dušan Kovačević, Bojan Bošković i Ivan Milivojević. Traje četiri dana i počinje prvog četvrtka u srpnju. Okuplja veliki broj mlađe populacije koji pristižu iz svih dijelova svijeta, a za dobru atmosferu su zaslužni popularni glazbeni izvođači rock, techno, elektronske plesne muzike, metala i hip-hop muzike. „2007. godine Exit je osvojio nagradu za najbolji inozemni festival na UK Festival Awards“³⁷ i proglašen je najboljim europskim festivalom na dodjeli Yourope Awards. Osvojio je nagradu za najbolji glavni festival na dodjeli europskih festivala u

³⁴ <https://www.tomorrowland.com/en/festival/welcome> (datum pristupa : 22.01.2020.)

³⁵ <https://www.tomorrowland.com/en/festival/welcome> (datum pristupa : 28.01.2020.)

³⁶ <https://www.exitfest.org/> (datum pristupa : 23.01.2020.)

³⁷ <https://web.archive.org/web/20140116095928/http://www.virtualfestivals.com/festivals/reviews/4154>

(datum pristupa : 27.01.2020.)

2013. i 2017. 2006. godine The Observer je Exit kao svoj festivalski izbor uvrstio na popis najboljih 25 iskustva s putovanja. Guardian ga je naveo u "12 najboljih putovanja za 2008. godinu". Međunarodno izdanje CNN-a, CNN World Fiesta, uvrstilo je Exit na listu devet najboljih glazbenih festivala u svijetu u 2011. godini. Britanski dnevni list The Sun (2012.) uključio je Exit u izbor osam najboljih festivala rock festivala, ocijenivši ga "najboljim za pogled". BBC News je 2018. godine zabilježio Exit kao jedan od najvećih svjetskih glazbenih festivala, na kojem je ugošćeno više od 200.000 ljudi iz 60 zemalja.

Sarajevo Film Festival jedan je od vodećih film festivala u Europi. „Priča o Sarajevo Film Festivalu započela je u jeku rata, kao pokušaj grupe entuzijasta da ožive kulturni život grada pod opsadom.“³⁸ Iako je rat bjesnio na sve strane, borba za opstanak kulturnog života bila je snažnija od sila destrukcije. „Sarajevo Film Festival služi kao zajednička platforma za filmski biznis čitave regije, postavljajući visoke standarde u festivalskoj organizaciji, filmskoj promociji i prezentaciji u Jugoistočnoj Europi.“³⁹

Prvi Ljetni filmski festival održan je 1995. godine, a unatoč opsadi, te ga je godine posjetilo čak 15.000 ljudi. On je za građane opkoljenog grada, odsječene od ostatka svijeta, bio prozor u svijet filmova i bijeg od okrutne stvarnosti u kojoj je njihov život svakodnevno bio u opasnosti. Zahvaljujući pozitivnom duhu „Sarajlija“, SFF je postao jedinstven kulturni projekt. Broj posjetitelja raste iz godine u godinu, a festival je ubrzo postao poznat i priznat širom svijeta. Među najpoznatijim posjetiteljima su glumci Morgan Freeman, Brad Pitt, Angelina Jolie, Orlando Bloom i mnogi drugi. „Danas je SFF nezaobilazna točka na svjetskoj mapi festivala i najvažnije mjesto za film u jugoistočnoj Europi.“⁴⁰ Slika 1. nam prikazuje crveni tepih ispred Narodnog pozorišta kao i mnogobrojnu publiku koja željno iščekuje vidjeti svoje najveće zvijezde.

³⁸ <https://sarajevo.travel/ba/sta-raditi/sarajevo-film-festival/155> (datum pristupa : 11.10.2019.)

³⁹ <https://www.sarajevo.ba/bs/article/5848/sarajevo-film-festival> (datum pristupa : 11.10.2019.)

⁴⁰ <https://www.sarajevo.ba/bs/article/5848/sarajevo-film-festival> (datum pristupa : 11.10.2019.)



Slika 1. Sarajevo Film Festival

(Izvor : <https://www.sff.ba/novost/10166/naj-fotka-sarajevo-film-festivala>, Datum pristupa : 11.10.2019.)

Filmski festival u Cannesu jedan je od najprestižnijih filmskih festivala u svijetu. „Prvi put je održan od 20. rujna do 5. listopada 1946. u ljetovalištu Cannesu na jugu Francuske. Od tada se festival održava svake godine u svibnju.“⁴¹ Najprestižnija nagrada festivala je Zlatna palma (Palme d'Or) koja se dodjeljuje za najbolji film. Festival se otvara svake godine filmskom projekcijom, a prošle godine je to bilo 14. svibnja produkcije Jima Jarmusha, zombi komedija „The Dead Don't Die.“ Festival kao i svake godine ugosti velika imena a 2019. godine jedan od njih je bio i poznati redatelj Quentin Tarantino, glumica Eva Longoria, pjevačica Selena Gomez, glumci Leonardo Di Caprio i Brad Pitt. ⁴² Do danas, jedina žena nagrađena Zlatnom palmom je Jane Campion za „Piano“ 1993. godine. ⁴³

⁴¹<http://www.elle.hr/lifestyle/sve-sto-moramo-znati-prije-pocetka-filmskog-festivala-u-cannesu-2019-godine/> (datum pristupa : 12.11.2019.)

⁴²<https://www.dw.com/hr/deset-%C4%8Dinjenica-o-filmskom-festivalu-u-cannesu/a-48728549> (datum pristupa : 12.11.2019.)

⁴³<https://www.dw.com/hr/deset-%C4%8Dinjenica-o-filmskom-festivalu-u-cannesu/a-48728549> (datum pristupa : 12.11.2019.)

3.5.1. Oktoberfest

Oktoberfest je festival piva koje se svake godine održava u Njemačkoj, u gradu Munchenu. Iz godine u godinu privlači veliki broj posjetitelja širom svijeta i jedan je od poznatijih festivala u svijetu, kao što je i prikazano na slici broj 2.



Slika 2. Oktoberfest

(Izvor : <https://www.muenchen.de/int/en/events/oktoberfest/beer tents.html>; Datum pristupa : 23.01.2020.)

Prvi Oktoberfest održan je 1810. godine u čast princa Ludviga koji se tada vjenčao s princezom Theresom. Iako se često spominje kako se tradicionalno događa svake godine, dvadeset i četiri puta nije održan. To je bilo u razdoblju od 1854. do 1873. zbog velike epidemije kolere, a također se nije održavao i tijekom prvog i drugog svjetskog rata. Za Oktoberfest, Münchenske pivovare proizvode posebno Wiesn pivo s većim postotkom alkohola tako da ga sadrži od 5-7%. Traje šesnaest dana, počinje svake godine krajem rujna i završava početkom listopada. „Subotom točno u 12:00 sati u šatoru Schottenhamel gradonačelnik otvara prvu bačvu piva uz povik "O'zapft is!" ("Otvoreno je!"). Od tada se Oktoberfest smatra otvorenim.“⁴⁴ Ne naplaćuju se ulaznice, no za kriglu pive se mora izdvojiti nešto više od 10 eura.

⁴⁴ <http://hrbackpacker.com/zanimljivosti/?vrijednost=Oktoberfest> (datum pristupa : 23.01.2020.)

3.5.2. St. Patrick`s day, Dublin, Irska

Dan svetog Patrika je svetkovina u čast sv. Patrika, stara više od tisuću godina. Slavi se 17. ožujka, a sam početak vezan je za Irsku. Na Dan sv. Patrika, irske obitelji tradicionalno idu u crkvu ujutro i slave popodne. Korizmeni post se prekida na sam dan, a ljudi plešu, piju i jedu tradicionalna irska jela. List djeteline i zelena boja simboli ovog blagdana. „Početkom 1995., irska vlada započinje kampanju da se Dan svetog Patrika iskoristi kao reklama za turizam i promociju Irske.“⁴⁵ „Festival za Dan svetog Patrika u Dublinu posjeti preko milijun ljudi, a glavna obilježja su šarene i maskirane parade, posebna hrana, glazba, ples i čitavo zelenilo.“⁴⁶ (slika 3.)



Slika 3. St. Patrick's Day Parade 2019.

(Izvor : <https://blog.dublinpass.com/st-patricks-day-in-dublin/>; Datum pristupa : 18.10.2019.)

Važno je spomenuti da boja koja se povezivala sa navedenim praznikom, nije zelena nego plava. Glazba je povezana s irskom kulturom općenito. Na Dan Sv.Patricka uobičajeno je nositi zelenu odjeću ili zeleni pribor. Nakon petodnevnog festivala koji se slavi, festival završava velikim vatrometom.

⁴⁵ <https://www.dalmacijadanas.hr/dan-svetog-patrika-usprkos-vremenu-danas-je-dan-za-irsko-pivo-glazbu-i-dobru-zabavu> (datum pristupa : 18.10.2019.)

⁴⁶ <https://www.dalmacijadanas.hr/dan-svetog-patrika-usprkos-vremenu-danas-je-dan-za-irsko-pivo-glazbu-i-dobru-zabavu> (datum pristupa : 18.10.2019.)

3.6. Analiza turizma festivala u Hrvatskoj

Hrvatski turizam se zahvaljujući interesu inozemnih tržišta i atraktivnosti zemlje uspješno izborio na svjetskom tržištu. Festivali se u Hrvatskoj i u svijetu održavaju uglavnom na otvorenom da velik broj posjetitelja manifestacija nije prostorno ograničen. U nastavku će biti objašnjeni neki od najpoznatijih festivala u Hrvatskoj te njihov primarni karakter.

„Špancirfest je najveći, najpopularniji i najraznovrsniji hrvatski festival koji se održava u gradu Varaždinu od 1999. godine po varaždinskim ulicama i trgovima. Osnivač je Turistička zajednica Grada Varaždina.“⁴⁷ To je manifestacija koja je sposobna zabaviti, zaintrigirati te dotaknuti i potaknuti kreativnost svih zamislivih ukusa, okusa i očekivanja. Niti jedan festival u širokoj regiji ne posjeduje toliku raznolikost programa, toliko bogatstvo sadržaja smještenih u toliko lijep ambijent kakav čini povijesna jezgra Varaždina. Koncerti, ulični performansi, kreativne radionice, sadržaji za djecu, predstave, izložbe, ples, bogatstvo gastro ponude, popratni programi i nezaboravna atmosfera prepunih varaždinskih ulica pravi su način za proslavu kraja ljeta koji svake godine privuče stotine tisuća posjetitelja. Festival šetača, partijanera, hedonizma, festival umjetnosti, tradicije, ali i umjetnog stvaralaštva. „Špancirfest je danas veliko i važno kulturno-turističko događanje.“⁴⁸

Manifestacija Dubrovačke ljetne igre utemeljena je još 1950. godine kada su diljem Europe nastajala brojna kazališna i glazbena događanja. Osnivač i vlasnik neprofitne ustanove u kulturi je grad Dubrovnik. Održavaju se u Dubrovniku jednom godišnje, od 10. srpnja do 25. kolovoza, priređuje se kazališna i glazbeno-scenska manifestacija od nacionalnog značenja i interesa za Republiku Hrvatsku. Utemeljene su početkom pedesetih godina dvadesetoga stoljeća, u vrijeme kada su diljem Europe nastajala brojna kazališna i glazbena događanja. „Djela Marina Držića, Nikole Nalješkovića, Ivana Gundulića i Ive Vojnovića postala su okosnicom dramskog programa. Balet i ples bili

⁴⁷ <https://spancirfest.com/> (datum pristupa : 01.02.2020.)

⁴⁸ <https://spancirfest.com/> (datum pristupa : 01.02.2020.)

su također rado viđeni na Dubrovačkim ljetnim igrama, koje su predstavile brojna poznata imena i ansamble uglavnom na terasi tvrđave Revelin.⁴⁹

„Porcijunkulovo je tradicionalna kulturno – turistička manifestacija koja se održava od 1964. godine krajem srpnja i početkom kolovoza, a čiji organizator je Turistička zajednica grada Čakovca.“⁵⁰ Prvobitno zamišljena kao “Sajam tradicijskih zanata” vezan uz crkveni blagdan „Gospe od anđela – Porcijunkulovo“ (2.8.), manifestacija se svake godine tematski i obujmom širila da bi danas stekla status “najveće turističke manifestacije u županiji” koja privlači veliki broj posjetitelja i izlagača u Čakovec. Danas manifestacije objedinjuju suvremene i tradicijske običaje. Uz tradicionalno proštenje održavaju se dramske predstave, koncerti na više pozornica, izložbe, ulični performansi, edukacijske radionice koje doprinose većoj kulturnoj osviještenosti djece i mladeži te religijski obredi na nekoliko jezika. Među atraktivnijim su postavne i radionice starih zanata koji predstavljaju običaje međimurskog kraja. „Neka od događanja daju već i prepoznatljivo obilježje manifestacije: Oldtimer susret, Međimurski festival za djecu, kuhanje velike Međimurske juhe, promocija vinara.“⁵¹

Splitsko ljeto je umjetnički festival koji svoju nacionalnu i međunarodnu reputaciju gradi još od polovice 20. stoljeća. Uz Dubrovačke ljetne igre, to je festival s najdužom i najblistavijom tradicijom klasičnog spektra scenskih umjetnosti (opera, drama, balet) koji s vremenom širi lepezu zbivanja, od jazz koncerata i filmskih revija do izložbi i uličnog kazališta. Organizator je HNK Split, nacionalno kazalište koje predstavlja nezaobilazno i ključno mjesto u kulturnom životu Splita te jednu od najvitalnijih točaka u kazališnom životu čitave Hrvatske. Utemeljeno je 1954. godine, a tradicionalno se održava od sredine srpnja do sredine kolovoza. „Dodjeljuje brojne nagrade, a najboljim predstavama u glazbi i drami dodjeljuje se nagrada „Judita“ dnevnog lista Slobodna Dalmacija.“⁵²

⁴⁹ <http://www.dubrovnik-festival.hr/hr/o-nama#od-samih-pocetaka> (datum pristupa : 29.01.2020.)

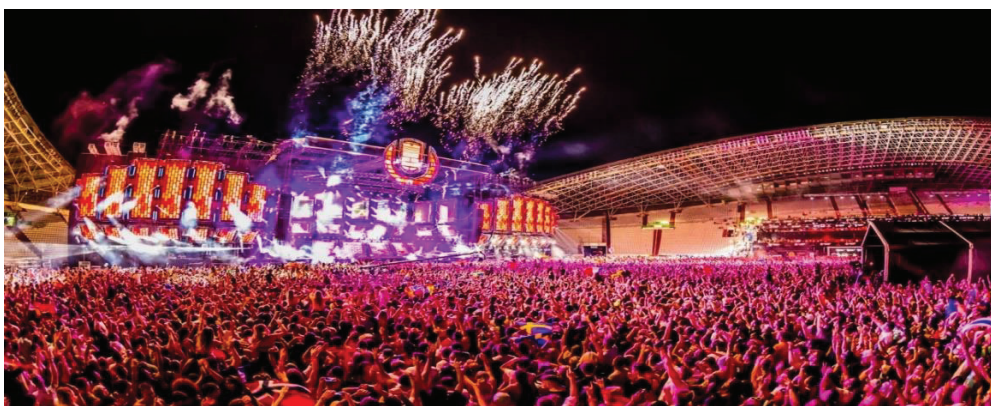
⁵⁰ <https://medimurje.info/wp/porcijunkulovo/> (datum pristupa : 28.01.2020.)

⁵¹ <https://medimurje.info/wp/porcijunkulovo/> (datum pristupa : 28.01.2020)

⁵² <https://visitsplit.com/hr/1344/festivali> (datum pristupa : 30.01.2020.)

3.6.1. Ultra Europe – Split

Ultra Europe festival je jedan od većih europskih festivala elektronske glazbe i istodobno jedna od najvažnijih glazbenih manifestacija u Europi uopće, a održava se u Splitu svakog srpnja od 2013. godine. „Za lokaciju festivala do nedavno je bio izabran splitski stadion Poljud, a od 2019., odabran je Park Mladeži.“⁵³ Vrijeme održavanja je sredina srpnja. Imena izvođača se objavljuju na službenoj stranici festivala u tri faze (tzv. „line up“), a sva imena, kao i raspored, su poznati najkasnije mjesec dana prije samog održavanja festivala. Na slici 4. je prikazan jedan od nastupa na Ultri koji je popraćen velikim ovacijama, dobrom atmosferom, velikim brojem ljubitelja ove vrste glazbe kao i spektakularnim vatrometom.



Slika 4. Ultra Europe, Split

(Izvor : <http://croatia.hr/en-GB/Activities-and-attractions/Events/NewEvents/ultra-europe-music-festival>;

Datum pristupa : 5.12.2019.)

Osim u gradu Splitu, festival Ultra Europe održava se na obližnjim otocima, Braču, Hvaru i Visu. Upravo je to privuklo mnoge nautičare iz svih krajeva svijeta da posjete neke od prethodno navedenih destinacija. „Samim time je ponuda, ne samo grada Splita kao destinacije, nego nautičkog turizma u cijeloj županiji postala bogatija za jednu manifestaciju. Značajnost manifestacije za hrvatski turizam prepoznala je i Hrvatska turistička zajednica, koja je u sklopu programa “Potpore događanjima” Ultri dodijelila

⁵³<https://www.slobodnadalmacija.hr/dalmacija/split/clanak/id/608774/ultra-ipak-seli-s-poljuda-na-park-mladezi-vec-su-poceli-pregovori-s-javnom-ustanovom-koja-upravlja-stadionom-iz-banovine-je-nemoguće-dobiti-informaciju-jednako-tajnoviti-i-u-rnk-split> (datum pristupa : 5.12.2019.)

potporu u iznosu od 600.000 kuna.“⁵⁴Veliki problemi koji se pojavljuje većinom na glazbenim festivalima su kriminal, korištenje i preprodaja opojnih narkotika, velika količina smeća (ostaci hrane, alkohola) ostavljena na mjestu gdje je festival održan, što ne ostavlja dobar imidž na samu destinaciju. Međutim, uspješnim intervencijama policije, takav problem se uspješno rješava i svodi na minimum.

3.6.2. *INmusic festival*

„INmusic festival je najveći open-air festival u Hrvatskoj. Počevši od 2006. održava se svake godine krajem lipnja na jarunskom Otoku hrvatske mladeži u Zagrebu.“⁵⁵ Od 2007. festival uglavnom traje tri dana, a prati ga i višednevni smještaj u kampu koji je također u organizaciji festivala. Svake godine u Zagreb stiže sve više posjetitelja i novinara iz svih dijelova Europe i svijeta, a sam festival je postigao veliku međunarodnu reputaciju svojim rastom iz godine u godinu što dokazuju brojna priznanja svjetskih medija koji su festival na Jarunu više puta svrstali u najbolje festivale.⁵⁶ INmusic festival je primio i velika priznanja, a neka od njih su poput onog National Geographic Travelera⁵⁷ koji ga je naveo među tri svjetska festivala koja treba posjetiti. Prema američkom Huffington Postu uvršten je među 10 najboljih svjetskih festivala koje treba posjetiti. Prošlih godina to je učinio i CNN uvrstivši INmusic dvije godine za redom među 50 najboljih festivala u svijetu te britanski BBC⁵⁸ koji je objavio pozitivnu recenziju INmusic festivala. Postao je jedan od najpoznatijih kulturnih i turističkih brandova grada Zagreba.

⁵⁴<https://www.index.hr/magazin/clanak/grad-ministarstvo-i-htz-u-soku-ultri-dajemo-600-tisuca-kuna-kakav-odlazak-iz-splita/894333.aspx> (datum pristupa : 5.12.2019.)

⁵⁵ <https://www.inmusicfestival.com/about> (datum pristupa : 04.01.2020.)

⁵⁶<https://dnevnik.hr/showbuzz/clubzone/kultni-britanski-casopis-inmusic-festival-je-najbolji-festival-u-europi---552707.html> (datum pristupa : 04.01.2020.)

⁵⁷ National Geographic Traveler daju nagrade tvrtkama, ustanovama, zrakoplovnim tvrtkama i hotelima, zajednicama i državi koje privlače pozitivne trendove u turizmu.

⁵⁸ BBC (British Broadcasting Corporation) je najveća korporacija za emitiranje radijskog i televizijskog programa u svijetu.

4. ANALIZA GLAZBENIH FESTIVALA NOVALJE I RAZVOJ TURISTIČKE DESTINACIJE

Posljednjih desetak godina, grad Novalja i plaža Zrće postali su sinonim zabavnog dijela hrvatske turističke ponude. Ubrzani razvoj turizma doveo je do neusklađene ponude za obiteljske i tzv. „party“ goste te je djelovalo kao da će Novalja izgubiti onaj dio gostiju koja na otok Pag ne dolazi isključivo zbog zabave. Unatoč problemima, gradske vlasti su ponudile nekoliko rješenja, a neka od njih su podizanje razine reda i sigurnosti u destinaciji, uvođenje turističkog bontona, smanjenje buke na Zrću. Zahvaljujući specifičnom obliku turizma, Novalja se izdvojila od konkurencije, stekla reputaciju glavne „party“ destinacije te upravo time privukla veliki broj mladih turista. Plaža Zrće i noćni klubovi koji se na njoj nalaze, popularni izvođači, širok asortiman ponude zabave i mnogobrojnih atrakcija, ljepota plaža i prirodnog krajolika samo su neki od motiva dolaska turista u ovu destinaciju, a cilj ovog rada i je istražiti koliko su sami turisti zadovoljni ponudom koju im pruža grad Novalja te ima li ovaj oblik turizma svoju budućnost.

4.1. Fresh Island festival

Fresh Island festival je festival hip hop glazbe koji se održava na plaži Zrće. Do sada ga je posjetilo oko 150 tisuća ljudi. Osnovan je 2012. godine. Prvenstveno se fokusira na hip hop kulturu, zajedno s r&b i grime glazbom. Održava se u tri različita kluba na plaži Zrće : Aquarius, Kalypso i Papaya. Od samog začetka postao je najveći hip hop & urban beach festival u Europi u kojem sudjeluju glazbenici, Dj-i iz čitavog svijeta. Održava se sredinom srpnja svake godine, a glavni glazbeni događaji održavaju se sedam dana. Ideja za osnivanjem pripala je petero prijatelja koji su u to vrijeme iza sebe imali otprilike petnaestak godina iskustva u promociji urbane i hip-hop kulture u Hrvatskoj kroz produkciju glazbe, marketing, DJ-ing i organizaciju evenata i koncerata. „Senka, Medo, Phillie, Bizzo i Stu odlučili su da će podići priču na višu razinu i u moru elektronskih festivala, koji su uglavnom bili producirani od strane britanskih promotora,

priuštitu Zrću i Hrvatskoj prvi festival urbane glazbe i hip hop kulture.“⁵⁹ „Hip-hop je glazbeni žanr nastao iz hip-hop pokreta, a čimbenici koji su utjecali na rani hip-hop su složeni i brojni.“⁶⁰ Uključuje MC-ing, DJ-ing, graffiti art i breakdance. „Danas hip-hop uključuje nakit, parfeme, odjeću i obuću, radio i TV, magazine, portale, knjige. Sama glazbena hip-hop industrija vrijedna je 10 milijardi dolara, a ta vrijednost konstantno raste.“⁶¹

„R&B žanr je glazbe Amerikanaca afričkog podrijetla koji je u posljednjih 70 godina izgradio za sebe posebno mjesto u popularnoj kulturi. R&B je uvezen u zemlje diljem svijeta bez obzira na jezične razlike, a njegovi su izvođači postali slavni.“⁶² Ime R&B se koristilo u marketinške svrhe, no ono se odnosi na različite glazbene stilove, među kojima su gospel i električni blues, koji je popularizirao gitarist BB King.⁶³ Grime kao žanr urbane glazbe nastaje u istočnom Londonu 2000. godine. „Razvija se iz UK garagea dancehalla i hip hopa s vidljivim jamajčanskim glazbenim utjecajem.“⁶⁴ Britanski mediji su odigrali veliku ulogu u stvaranju grimea kao svojevrsnog nacionalnog fenomena koji se postepeno širio i prelazio britanske granice, zahvaljujući internetu. Glavni izazov ovog festivala je kako organizirati i izgraditi festival posvećen žanru glazbe koji među Hrvatima nije toliko popularan, posebno jer su u vrijeme njegova osnutka bili naviknuti na festivale elektronske glazbe.

⁵⁹<https://poslovnipuls.com/2015/02/26/intervju-adnan-mehmedovic-otkriva-sve-o-industriji-party-turizma-na-zrcu/>(datum pristupa : 05.02.2020.)

⁶⁰<https://www.liberal.hr/hip-hop---razvoj-jedne-ulicne-kulture-po-principima-slobodnog-trzista-569>
(datum pristupa : 04.01.2020.)

⁶¹<https://www.liberal.hr/hip-hop---razvoj-jedne-ulicne-kulture-po-principima-slobodnog-trzista-569>
(datum pristupa : 04.01.2020.)

⁶² <http://iws.mev.hr/bvojvodic/pop/rnb/> (datum pristupa : 3.02.2020.)

⁶³<https://ba.voanews.com/a/rhythmb blues-zarazna-glazba-koju-svi-mogu-razumjeti-jer-dolazi-iz-srca-125514908/1152392.html> (datum pristupa : 31.1.2020.)

⁶⁴<https://www.tportal.hr/magazin/clanak/kako-su-nastali-dubstep-i-grime-20110225>
(datum pristupa : 29.01.2020.)

4.2. Profil potrošača Fresh Island festivala

Većinska publika festivala su mladi posjetitelji iz Velike Britanije, Francuske, Njemačke, Amerike, Hrvatske, Slovenije, Australije, UAE i iz brojnih drugih zemalja. (slika 5.)

„Posjetitelji su u prosjeku stari od 18 do 27 godina, zadržavaju se na lokaciji sedam dana i potroše oko 100 eura po danu, što se odražava na povećanju turističke potrošnje same destinacije i hrvatskog proračuna. Zračne luke Zadar i Split u tjednu održavanja festivala bilježe porast prometa i do 15%, a porast popunjenosti smještajnih kapaciteta grada Novalje u 2018 g. veći je za 13% u istom razdoblju.“⁶⁵ Fresh Island festival značajan je pokretač mnogih malih, srednjih i velikih biznisa, firmi i obrta pa tako od njega u tjedan dana profitiraju svi poput autobusnih prijevoznika, taxi službi, restorana, kafića, dućana, vlasnika apartmana i hotela, suvenirnica, rent a car kuća, prodavača sladoleda, pekarni i ostalih kojima Fresh Island puni blagajne.



Slika 5. Fresh Island Festival

(Izvor : <https://fresh-island.org/news/fresh-island-week-announces-2020-lineup/>; Datum pristupa : 8.12.2019.)

„Time se ostvaruje promocija Hrvatske kao poželjne festivalske i turističke destinacije na najrazličitijim krajevima svijeta u preko 40 država. Nudi svakodnevne zabave na

⁶⁵ <https://www.cromoda.com/od-13-srpnja-smo-na-zrcu-fresh-island-festival-u-brojkama> (datum pristupa : 13.01.2020.)

brodu, na bazenu, izlete te ekstremne vodene sportove.“⁶⁶ U svojim počecima, hip-hop subkultura koja se sastoji od repanja, DJ-anja, breakdancea i izrade grafita koja je nastala u dijelu New Yorka zvanom Bronx, smatrala se izrazom američkih crnaca nižeg društvenog statusa i njihovom pobunom protiv svijeta u kojem su živjeli. Izvođači su govorili o svojoj stvarnosti, koja je bila prepuna droge, nasilja, kriminala u kojima su često bili i akteri. Zato su hip-hoperi redovito bivali optuženi kako loše utječu na mlade. Hip-hop danas ima velik utjecaj na mlade koji ga slušaju i velika većina njih, kao i njihovih roditelja, ne vidi ništa loše u tome. Hip-hop slušaju mladi iz svih društvenih slojeva, a ovaj festival na Zrću pokazatelj je dobrog odaziva i više nije neobično vidjeti dečka ili curu u dizajnerskoj odjeći kako preslušava nove hitove koji govore o teškom američkom životu. „Posebna „*rapperska*“ odjeća koja ih povezuje su široke hlače, traperice, bejzbolske kape, sportske majice, masivne i svijetle tenisice, sunčane naočale koje služe kao modni dodatak, opsežni i svijetli ukrasi (lanci, naušnice) a među reperima uobičajeno je uočiti tetovaže i natpise po čitavom tijelu.“⁶⁷

4.3. Hideout Festival

Hideout Festival je godišnji festival elektroničke glazbe koji se održava na Zrću u Hrvatskoj na otoku Pagu. Pretežno se održava svake godine krajem lipnja, tj. početkom srpnja i traje pet dana. Također, postoje i brojni partyiji na brodovima u sklopu festivala.

Electronic Music Group i Warehouse Project su organizatori ovog velikog festivala. Održava se od 2010. godine, a činjenica da je svake godine rasprodan opravdava da je na listi najboljih europskih festivala u Guardianu.⁶⁸ Događaj je podijeljen između zabava u bazenu tokom dana i glavnih nastupa noću, a oba se održavaju u otvorenim klubovima lociranih na plaži Zrće što je prikazano na slici 6.

⁶⁶ <https://dnevnik.hr/showbuzz/clubzone/jos-samo-7-dana-do-fresh-island-festivala---563586.html> (datum pristupa : 14.01.2020.)

⁶⁷ <http://hip-hop.hr/utjecaj-hip-hopa-na-mlade/> (datum pristupa : 06.11.2019.)

⁶⁸ <https://slobodnadalmacija.hr/mozaik/showbiz/svi-na-zrce-rasprodan-hideout-festival-194773> (datum pristupa : 07.11.2019.)



Slika 6. Hideout festival u Papayi 2016. godine

(Izvor : <https://papaya.com.hr/festivals/38-hideout-festival-2016>; Datum pristupa : 6.11.2019.)

Najveći broj posjetitelja dolazi iz Velike Britanije, a pošto Britanci slove kao najveći „partijaneri“, pojačane su i mjere sigurnosti Novalje. Festival broji oko otprilike 15000 posjetitelja godišnje. „Elektronička plesna glazba je skup elektroničkih glazbenih žanrova koji su prvenstveno namijenjeni okruženjima baziranim na plesnoj zabavi.“⁶⁹ Žanrovi poput dubstepa, trancea i drum'n'basa poznati su po intenzivnim naglascima koji vode prema vrhuncu pjesme i poznatog „*drop the bass*“. „Upravo ti trenuci u setu predstavljaju, kako zvučni, tako i emocionalni vrhunac. To je treći najpopularniji glazbeni žanr s procijenjenih 1,5 milijardi slušatelja.“⁷⁰

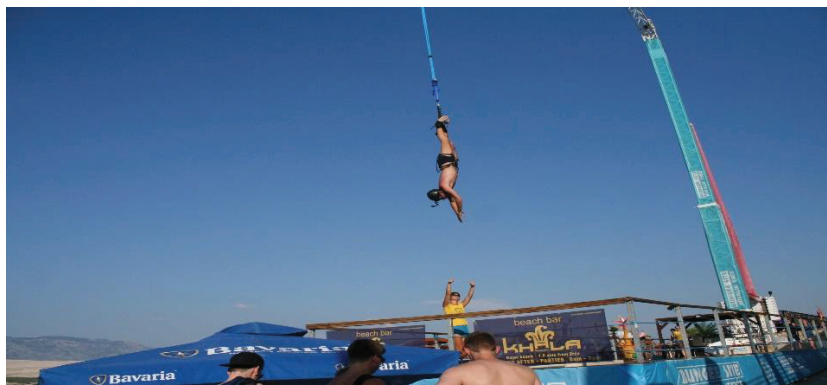
4.4. Profil potrošača Hideout Festivala

Potrošači na Hideout Festivalu su mlađa populacija iz Velike Britanije (18-35 godina starosti). Uobičajeno putuju kao grupa prijatelja, a u destinaciji borave relativno kratko (3-5 dana). Iznadprosječni su potrošači, a njihovim dolaskom na samom početku sezone najviše profitiraju iznajmljivači soba i apartmana, hotela i hostela, organizatori događaja kao i klubovi na Zrću pošto se najveći dio vremena tamo zadržavaju na festivalima. „Od sadržaja, najviše su usmjereni prema bungee jumpingu koji im pruža nezaboravan skok iz košare koja turiste podigne toliko visoko da imaju pogled na čitavu Novalju.“⁷¹ Smješten je na Zrću neposredno od mora, a visok je 41m. (slika 7.)

⁶⁹ <http://radio1.hr/elektronicka-glazba-umanjuje-bol-cini-vas-sretnijima/> (datum pristupa : 08.11.2019.)

⁷⁰ <https://mixmagadria.com/read/elektronicka-glazba-je-treci-najpopularniji-zhanr-na-svijetu-novosti> (datum pristupa: 09.11.2019.)

⁷¹ <https://visitnovalja.hr/adrenalinski-i-vodeni-sportovi/> (datum pristupa : 09.11.2019.)



Slika 7. Bungee jumping

(Izvor : <http://www.hiyodesign.com/blog/2015/8/20/novalja-croatia>; Datum pristupa : 9.11.2019).

Konzumacija raznih alkoholnih pića, koktela, opojnih narkotika i samog doživljaja Zrća kao party destinacije čine ih ujedno i najvećim potrošačima grada Novalje. Večernji obilasci barova, nakon kojih se odlazi na noćni provod u klubove, uz muziku, party-je ili festivale središnji su sadržaj putovanja, pri čemu su „party“ turisti također zainteresirani i za druge sadržaje destinacije, a pogotovo za plaže, sportsko-rekreacijsku i ugostiteljsku ponudu. Ponašanje ovog dijela gostiju nerijetko je slobodnije od onog kako se isti pojedinci ponašaju u svakodnevnicu iz čega proizlaze određeni izazovi upravljanja party destinacijama.

4.5. Dinamičnost razvoja turističke destinacije Novalja

Grad Novalja danas zauzima poziciju jedne od tržišno visoko prepoznatljivih i, mjereno pokazateljima fizičkog prometa, vrlo uspješnih hrvatskih turističkih destinacija. „Nagli razvoj turizma u proteklih 15-tak godina može se okarakterizirati kao dobrim dijelom stihijski, zanemarujući kvalitetnu valorizaciju raspoloživog razvojnog prostora i mogućnosti razvoja većeg broja međusobno komplementarnih sustava turističkih doživljaja, rezultirajući visokom sezonalnosti u poslovanju, mjestimičnom degradacijom prostora i nezadovoljstvom lokalne zajednice.“⁷² Posebnosti grada

⁷² Masterplan turizma Grada Novalje – Strateški plan destinacije do 2025., str. 4.

Novalje uvelike su determinirani njegovim "otočkim karakterom". Otoci kao specifični društveni, ekonomski i ekološki sustavi predstavljaju prirodno bogatstvo od neprocjenjive vrijednosti za svaku zemlju, pa tako i za Republiku Hrvatsku. Grad Novalja je smješten na otoku Pagu. Ističe se kvalitetom prirodnih resursa i okoliša, a predstavlja značajnu odrednicu njegovog sadašnjeg i budućeg gospodarskog razvoja. Naglašavaju se prirodni resursi na područjima Zrća, Luna, Caske, Straška te Paških stijena u Velebitskom kanalu. Nabrojani lokaliteti predstavljaju dio kulturnih i prirodnih vrijednosti Ličko-senjske županije i Republike Hrvatske pa su dijelom već registrirani kao zaštićena područja Hrvatske kulturne baštine. Slika 8. nam prikazuje područje grada Novalje i okolnih mjesta.



Slika 8. Područje grada Novalje

(Izvor : Institut za turizam Masterplan turizma Grada Novalje, Strateški plan destinacije do 2025.,str.8.)

Što se tiče demografskih obilježja, u gradu Novalja stalno je naseljeno 3.663 stanovnika što, s gustoćom naseljenosti od 39,2 stanovnika na četvorni kilometar, predstavlja najgušće naseljen

dio Ličko-senjske županije, ali i otoka Paga. U razdoblju od 1991. do 2011. godine područje Grada Novalje iskazuje stalni rast broja stanovnika, s porastom od gotovo 10% u zadnjih desetak godina. Obrazovna struktura stanovništva s 12,3% pojedinaca iznad 15 godina bez završene osnovne škole i 11,8% s višim ili visokim obrazovanjem, niža je od nacionalnog prosjeka. Učestala je emigracija mladih i obrazovanih pojedinaca, odnosno ne vraćanje na otok nakon školovanja drugdje. Prosječna starost stanovnika

iznosi 43,9 godina, što je nešto više od hrvatskog prosjeka dok je, u odnosu na Hrvatsku u cjelini, udio radno aktivnog stanovništva niži (36,3%), a udio umirovljeničkog stanovništva (31,3%) natprosječno visok.⁷³ Ovakva situacija može biti dijelom uzrokovana naseljavanjem starijeg umirovljeničkog stanovništva u vrlo brojne kuće za odmor koje su postale mjestom stalnog boravka. Stanovništvo je koncentrirano u samom naselju Novalja gdje živi 2.358 osoba (64,4% ukupnih stanovnika) i ima status važnijeg lokalnog središta. Prometni položaj Novalje uvjetovan je prometnom povezanošću otoka Paga, a koja je, s obzirom na mostovnu i trajektnu vezu s kopnom, relativnu blizinu sustava autocesta i međunarodne zračne luke u Zadru, nakon otoka Krka, najbolja od svih hrvatskih otoka. Redovne direktne autobusne linije povezuju Novalju sa Zadrom, Zagrebom, Rijekom, Splitom i Osijekom. Najvažnija pomorska linija je trajektna veza Prizna-Žigljen (slika 9.) koja je ujedno jedna od najfrekventnijih na cijelom hrvatskom Jadranu, dok ostale pomorske veze uključuju katamaransku liniju Novalja–Rab–Rijeka. „S obzirom da na području grada nema marina, nautička potražnja orijentirana je na luke u Novalji, Tovarnelama i Jakišnici. „⁷⁴



Slika 9. Trajektna linija Prizna-Žigljen

(Izvor : <https://www.hrvaska.net/hr/otok-pag-red-plovidbe.htm>; Datum pristupa : 15.11.2019.)

Tokom ljetne sezone izvrsno je organiziran cijelonoćni javni prijevoz između Novalje i klubova na plaži Zrće. Do Kampa Straško ljeti prometuje turistički vlakić. Područje grada Novalje ima i dobro organiziranu taksi službu. Što se tiče energetskog sustava, on

⁷³ Masterplan turizma Grada Novalje – Strateški plan destinacije do 2025., str. 9.

⁷⁴ Masterplan turizma Grada Novalje – Strateški plan destinacije do 2025., str. 10.

je potpuno orijentiran na električnu energiju. Vodoopskrbni sustav Grada Novalje dio je pomorskog magistralnog cjevovoda Hrvatsko Primorje. Svojim kapacitetom sustav zadovoljava postojeće i PPUG-om do 2015. godine planirane potrebe Grada za pitkom vodom. Izgradnja kanalizacijskog sustava za cjelokupno područje grada Novalje smatra se prioritetnom. Zbrinjavanje otpada svih vrsta danas se odvija na komunalnom odlagalištu 'Caska' koje se nalazi na oko 350 metara od mora i oko 400 metara od najbližeg izgrađenog područja. Telekomunikacijski sustav i mobilna telefonija ubrzano se razvijaju te se procjenjuje da instalirani kapaciteti zadovoljavaju potrebe današnjih i budućih korisnika grada Novalje, uključujući povremeno stanovništvo i turiste. Gospodarski, grad Novalja spada u najrazvijenije otočke gradove Hrvatske koje je orijentirano na turizam. Uz bruto dodanu vrijednost i zaposlenost koju generiraju djelatnosti smještaja, ugostiteljstva i turističkog posredovanja, znatan dio gospodarske aktivnosti koji se izravno ili neizravno ostvaruje u drugim djelatnostima, a prije svega u trgovini, prijevozu, sportu i rekreaciji te, potom, u građevinarstvu, poljoprivredi i različitim uslužnim zanatima također je u funkciji turističke potražnje. Razvoj turizma, kao izvor lakše mogućnosti zarade, nedvojbeno je značajno utjecao na zapuštanje tradicionalnih otočkih djelatnosti poput poljoprivrede, stočarstva i ribarstva. Slika 10. prikazuje paške ovce koje su ujedno i simbol ovog otoka.



Slika 10. Paške ovce

(Izvor : <https://www.visit-croatia.eu/hr/info/aktivnosti/paska-ovca/>; Datum pristupa : 8.10.2019.)

Danas je, međutim, primjetan određeni interes za revitalizacijom poljoprivrede, a posebice maslinarstva, ratarstva i proizvodnje mliječnih proizvoda.⁷⁵ Grad Novalja ulaže napore u poticanje poljoprivrede kroz projekte povoljnog davanja u zakup poljoprivrednog zemljišta u vlasništvu RH i uspostavljanjem sustava navodnjavanja Novaljskog polja.

4.6. Elementi razvoja turističke destinacije Novalja

U elemente razvoja turističke destinacije spadaju primarni elementi koji uključuju kulturno-povijesnu baštinu, pejzaž, kulturnu tradiciju, tradicionalnu arhitekturu, klimu i ekologiju. Sekundarni element je razvoj koji je iniciran posebno za turiste, a odnosi se na hotele, ugostiteljske usluge, prijevoz, aktivnosti i zabavu. Razlika između primarnih i sekundarnih turističkih resursa upućuje na glavne karakteristike mnogih turističkih destinacija. Turisti obično uživaju u primarnim elementima destinacije (plaže, katedrale i sl.) bez da ih direktno plaćaju. Razvoj same turističke destinacije Novalja ovisi o sekundarnim pogodnostima koji su dostupni u tom području a oni su nabrojani i objašnjeni u samom nastavku.

❖ Kulturno-povijesna baština

Kulturno-povijesna baština je naziv za prirodne i fizičke resurse koji doprinose razumijevanju i cijenjenju povijesti i kulture nekog kraja, društva, naroda, zemlje ili čovječanstva uopće na temelju arheoloških, arhitektonskih, kulturnih, povijesnih, tehnoloških i znanstvenih a uključuje povijesna nalazišta, građevine, mjesta i područja te arheološka nalazišta. Novalja ima dugu, burnu i zanimljivu prošlost o čemu svjedoče brojni arheološki nalazi na raznim lokalitetima u gradu i njegovoj okolini.

- ❖ Arheološki i hidroarheološki lokaliteti u uvali Caska svjedoče o poziciji antičke Cisse (Caske) kao jednog od vodećih naselja otoka Paga u Rimsko doba. Arheološkim istraživanjima otkriveni su ostaci antičke nekropole, ostaci zidova i mozaičnih podova objekata rustične arhitekture, ostaci broda izrađenog tehnikom šivanja, rimsko drveno sidro i podzemni tunel (visine do 2,25 m). Dio

⁷⁵ Masterplan turizma Grada Novalje – Strateški plan destinacije do 2025., str. 11.

obalnih građevina potopljen je tijekom postupnih promjena razine mora i vjerojatnih tektonskih poremećaja, temeljem čega su nastale legende o potonulom gradu. U Caskoj se također nalaze ostaci srednjovjekovne kapele Sv. Jurja (14. st.), a na čijem je području u grobu djevojčice 'Male od Caske' pronađena prva brončana ogrlica iz ranohrvatskog razdoblja na ovim prostorima. Na kraju uvale je zidani toranj–tunera (19. st.) namijenjen promatranju dolaska tuna i rijedak je primjerak ove vrste na Jadranu. Ukupni se lokalitet nalazi u različitim fazama istraživanja i nije ni na koji način predstavljen posjetiteljima.⁷⁶

- ❖ Naselje Novalja bilo je u Rimsko doba vanjska luka Cisse te se na širem području nalaze vrijedni ostaci antičke graditeljske baštine poput podnih mozaika i bedema lučkog kastruma. Posebno je značajan jedinstveni podzemni antički vodovod zvan 'Talijanova buža' koji je, isklesan u živoj stijeni u dužini od 1.100 m, dovodio vodu iz Novaljskog polja. U kasnoj antici Novalja postaje važnim kršćanskim središtem čemu svjedoče ostaci nekoliko velikih bazilika. Crkva Sv. Marije i antički vodovod proglašeni su kulturnim dobrima RH. Ipak, potpunija prezentacija kulturne baštine i, naročito, antičkog vodovoda tek predstoji.
- ❖ Etnografska zona Lun obuhvaća čitavo područje od Novalje do Tovarnela i predstavlja rijetko sačuvano ruralno područje tradicionalne maslinarske i stočarske kulture. Posebno su impresivni maslinici i suhozidne formacije koje se stapaju s krškim krajolikom. Elementi tradicionalne ruralne kulture nisu predstavljeni posjetiteljima.

❖ Kultura života i rada

Kultura je cjelokupnost materijalnih i duhovnih dobara koja su svojim radom članovi određenog društva stvorili kroz povijest, kako bi ovladali prirodom i prilagodili se ljudskim potrebama, a ljudski život, društvo i kultura se ne mogu zamisliti bez rada.

- ❖ Suhozidi presijecaju grad Novalju, tvoreći brojne ogradne oblike dijelom specifični zbog završetka u obliku krune. Posebno zanimljivu konstrukciju čini

⁷⁶ Masterplan turizma Grada Novalje – Strateški plan destinacije do 2025., str. 14.

Dudićev osik, u zaseoku Dudići na poluotoku Lun, kao nepokriven, višeprostrorni objekt za zajedničku mužnju ovaca. Tradicija suhozida nije interpretirana za posjetitelje.

- ❖ Gastronomija i enologija i danas se baziraju, prije svega, na tradiciji maslinarstva, ribarstva, ovčarstva i proizvodnje sira. Paška janjetina i paški sir najpoznatiji su specijaliteti ovoga kraja, a ubrajaju se i u prepoznatljive specijalitete hrvatske kuhinje. Pažnje vrijedna je i autohtona sorta grožđa Gegić, koji se uzgaja samo na otoku Pagu i njegovoj bližoj okolini i čiji se uzgoj nastoji aktivno revitalizirati.
- ❖ Pivanje na kanat tradicionalno pučko dvoglasno pjevanje, melodijski jednostavno i nalik pjevnom govoru, čija je temeljna namjena nekada bila prenošenje događaja i iskustava. U svojstvu nematerijalnog kulturnog dobra upisano je u registar kulturnih dobara RH.

- *Kulturne institucije*

Kulturne institucije posvećene su stvaranju, održavanju i raspodjeli kulturnih (vjerskih, znanstvenih, umjetničkih) dobara u društvu.

Gradski muzej Novalja ističe se arheološkom i podvodno-arheološkom zbirkom s nalazišta na području Novalje, Caske i Velebitskog kanala. Posebna zanimljivost je da se u sklopu muzeja nalazi ulaz u podzemni antički vodovod 'Talijanova buža'.⁷⁷ Ostale zbirke uključuju etnografsku, umjetničku i zbirku fotografija (slika 11.)

⁷⁷ Masterplan turizma Grada Novalje – Strateški plan destinacije do 2025., str. 15.



Slika 11. Gradski muzej Novalje

(Izvor : <http://www.novalja.info/kulturna-bastina.shtml> Datum pristupa : 10.11.2019.)

Muzej redovno postavlja umjetničke izložbe.

Zbirka Stomorica sadrži brojne antičke artefakte poput keramičkih i staklenih predmeta te rimski novac.

Centar za kulturu grada Novalje bavi se njegovanjem kulturne baštine i promicanjem kulture.

KUD Novalja njeguje i promiče izvornu folklornu i glazbenu baštinu, a posebice klapsko pjevanje.

- *Tradicionalne manifestacije*

Manifestacije u sudionicima bude osjećaj zajedništva sa ostalim sudionicima, pruža jedinstvene doživljaje svakom sudioniku na njegov osoban i individualan način te pruža mogućnost upoznavanja velikog broja pojedinaca sa istim ili sličnim interesima poput njihovih. Tradicionalne manifestacije predstavljaju događanja koja se odvijaju više od 10 godina. Mogu se podijeliti na kulturne, sportske, zabavne, vjerske, znanstvene i gospodarske.

Karneval od sredine siječnja do Mesopusta uključuje karnevalske zabave i dječji

Karneval. Uskršnji doručak na Uskršni ponedjeljak uz prigodne domaće specijalitete.

Dan Grada i Dječji glazbeni festival Antonja održava se 13. lipnja na blagdan Sv. Antona.

Novaljsko kulturno ljeto, uključujući Novaljsko glazbeno ljeto i Novaljski trijatar, prožeto je brojnim događanjima kao što su izložbe, koncerti ozbiljne i popularne glazbe,

nastupi klapa, nastupi folklornih skupina, kazališne predstave i sl. Novaljski raspivani Božić priredba je otočkih i gostujućih klapa i pjevačkih zborova.

- *Klupska (party) ponuda na Zrću*

Programi klubova na Zrću (Aquarius, Papaya, Kalypso, Noa⁷⁸) obuhvaćaju niz koncerata i festivala s pretežito međunarodnim izvođačima koji se odvijaju tokom ljeta, a slika 12. prikazuje jedan od klubova na Zrću gdje zabava traje do jutarnjih sati.



Slika 12. Klub Noa

(Izvor : <http://jiddj.com/upcoming-events/noa-beach-club-island-of-pag-croatia-j-jurado-mix-578/> Datum pristupa : 10.9.2019.)

Među mnogobrojnim festivalima posebno se ističu festivali elektroničke glazbe Hideout i Sonus. 'Zrće' je međunarodno prepoznato mjesto „clubbing“ zabave za mlade.

❖ *Sportsko-rekreacijski sadržaji*

Sport u suvremenom turizmu postaje često i glavni motiv za putovanje u određene turističke destinacije. Sport i rekreacija kao motivi turističkih putovanja imaju višestruku ulogu. Sportski i rekreativni sadržaji u ponudi turističkih središta usmjereni su na zadovoljavanje onih koji traže razonodu i okrpju u fizičkim aktivnostima,

⁷⁸ Klub Noa, iako lociran na Zrću, neposredno pored Aquariusa i Papaye ne nalazi se u gradu Novalja već u susjednoj općini Kolan koja spada pod zadarsku županiju.

❖ *Staze i šetnice*

Pješačke staze i šetnice uključuju tri rute na području naselja Novalja te dodatne tri rute na području poluotoka Lun, a rute svih navedenih staza spajaju obalu i unutrašnjost. Moguće je hodati i do lokacije Paški trokut, iako staza nije uređena. Cikloturističke staze i rute uključuju tri staze na području naselja Novalja i Stara Novalja. Staze i rute su opremljene putokazima, ali ne i sadržajima turističke interpretacije. Dio su šireg sustava cikloturističke ponude otoka Paga.

❖ *Sportski objekti i sadržaji*

Ronilački centri locirani su pretežno u Staroj Novalji i Novalji, organizira se ronjenje na brojnim obližnjim lokacijama, a u ponudi su programi desetak ronilačkih centara.

Sportska ponuda na plažama nudi se u različitim oblicima na većini plaža, najčešće uključujući odbojku na pijesku, parasailing i jet ski. Na plaži Zrće u ponudi su i wakeboarding i bungee jumping. Penjanje po stijenama nudi se na lokalitetu Stogaj pored Metajne. Stijene su označene posebnim oznakama za sportsko penjanje. Nogometni stadion smješten je u Novalji.⁷⁹

❖ *Sportske manifestacije*

Kup Sv. Antona, koji se organizira povodom Dana Grada (13.6.), uključuje natjecanja u udičarenju, podvodnom ribolovu, malom nogometu i boćanju.

Malonogometni turnir Memorijal Milivoj Pogorilić tradicionalno se održava na Dan Domovinske zahvalnosti (5.8.).

Biciklijada Novalja-Lun-Novalja gotovo se redovito nalazi na godišnjem kalendaru sportskih zbivanja.

❖ *Okolica*

Uz raznovrsne plaže i poznate prirodne krajolike, ljepota područja Novalje odražava se i u slikovitim okolnim mjestima. Ta mjesta imaju svoje sličnosti i razlike, stvari koje ih čine posebnima i koje vrijedi posjetiti. Dobra prometna povezanost i geografski položaj turistima omogućava ispunjen program razgledavanja obale i najpoznatijih prirodnih ljepota Hrvatske. Do obližnjih otoka turist se može uputiti nekom od taxi-brodica ili se odlučiti za organizirani izlet u jednoj od turističkih agencija.

⁷⁹ Masterplan turizma Grada Novalje – Strateški plan destinacije do 2025., str. 16.

❖ *Otoci*

Grad Pag, Općine Kolan i Povljana susjedne su teritorijalne jedinice grada Novalje na otoku Pagu također poznate po prirodnoj (krajolik, plaže, more), kulturnoj (Pag) i gastronomskoj atraktivnosti (Kolan, Pag). Sva su naselja povezana otočkim sustavom prometnica.

Otok Rab, smješten je sjeverno od otoka Paga i vrlo blizu grada Novalje, odlikuje se lijepim plažama, bogatim zelenilom i izuzetnom kulturnom baštinom, posebice koncentriranom u naselju Rab.⁸⁰ Lošinj je smješten zapadno od otoka Paga i grada Novalje, poznat kao 'Otok vitalnosti' odlikuje se izuzetnom prirodnom baštinom, uključujući dokazano 'zdravu klimu', bogato zelenilo i lijepe plaže. Otoci nisu povezani javnim prijevozom, već samo u sklopu izletničkih aranžmana. Zadarsko-šibenski arhipelag, smješten južno od otoka Paga, jedinstven je prirodni sklop od preko stotinu gusto raspoređenih otoka i otočića, većim dijelom nenaseljenih te prirodno autentičnih, uključujući i Nacionalni park Kornati. Arhipelag je s Paga dostupan javnim prijevozom preko Zadra.

❖ *Obala*

Zadar je urbano središte Sjeverne Dalmacije kojem gravitira i grad Novalja. S 3000-ljetnom povijesti, Zadar je grad izuzetno vrijednog kulturno-povijesnog naslijeđa, a, ujedno, i grad hrabrog suvremenog duha što se manifestira u atrakcijama poput prvih 'Morskih orgulja' na svijetu. Novalja i Zadar povezani su cestom i redovnim autobusnim prijevozom. Velebit s NP Sjeverni Velebit i NP Paklenica najduža je planina u Hrvatskoj (145 km). Cijeli Velebit ispresijecaju brojne planinarske staze. Novalja i Nacionalni parkovi nisu povezani javnim prijevozom, već samo u sklopu izletničkih aranžmana.

4.7. Razvojni koncept turističke destinacije Novalja

Polazište razvoja grada Novalje prema *Strategiji gospodarskog razvitka* predstavljaju principi održivog razvoja odnosno uspostavljanje ravnoteže između ekoloških, gospodarskih i društvenih razvojnih komponenti. Razvojna vizija postavlja Novalju kao prepoznatljivo turističko odredište s očuvanim prirodnim ljepotama i tradicionalnim

⁸⁰ Masterplan turizma Grada Novalje – Strateški plan destinacije do 2025., str. 17.

vrijednostima povijesne i prirodne baštine. Grad Novalja je gospodarsko središte otoka Paga integrirano u suvremene europske trendove. Grad zabave i kulture otvoren za nove trendove i ideje. Grad po mjeri čovjeka.

Strateški ciljevi razvoja Novalje do 2020. su ⁸¹:

- Očuvanje i optimalna alokacija resursa, kroz očuvanje identiteta grada, održive projekte i kompetentne kadrove;
- Razvoj uspješnog gospodarstva, kroz projekte koji bolje valoriziraju prirodne resurse i turističke potencijale, kroz diferencirane turističke proizvode i poticanje poljoprivrede;
- Unapređenje kvalitete života lokalnog stanovništva, kroz unapređenje komunalne infrastrukture, prometa i partnerstva u financiranju kapitalne infrastrukture.

Razvojna vizija turizma postavlja Novalju kao turističko odredište u kojem se osjećate kao da ste se vratili samome sebi; koje nudi stoljetne masline, arheološku baštinu, netaknutu prirodu, stare običaje i obrte, obzidane zidove koje je okruženo brojnim i prelijepim plažama gdje možete zaroniti u kristalno čisto more i promatrati ostatke prošlosti i živi morski svijet; u kojem se nudi široka ponuda kulture, sporta i zabave za mlade. Novalja se diferencira na tržištu kao otočna destinacija koja pruža nebrojene užitke svima onima koji traže mir, prirodu i kristalno more, ali i onima koji teže za kulturnim, sportskim i zabavnim događajima.

Projektne ideje su rezultat kreativnog promišljanja i istraživanja a njihovo provođenje se temelji na vještinama upravljanja projektima. Odnose se na : ⁸²

- Infrastrukturu
 - proizvodnja električne energije iz obnovljivih izvora
 - izgradnja i širenje mreže javne rasvjete
 - širenje kanalizacijske i vodovodne mreže
 - uređenje javnih površina

⁸¹ Masterplan turizma Grada Novalje, Strateški plan destinacije do 2025., str.25.

⁸² Masterplan turizma Grada Novalje, Strateški plan destinacije do 2025., str.25.

- Eko-poljoprivredu
 - sustav navodnjavanja Novaljskog polja
 - razvoj eko-poljoprivrede (maslinarstvo, grožđe, med, sir, ovčje mlijeko)
 - tržnica autohtonih i eko-proizvoda, ljekovitog i začinskog bilja
 - ribarnica

- Atrakcije

Izgradnja multimedijalnog centra

- izgradnja zabavnog (vodenog) parka
- uređenje 'Novaljske šumice' (plaža Vrčić, arheološka zona, botanički vrt, edukativni labirint od suhozida, ljetna pozornica s ugostiteljskim sadržajem, molo za privez brodova)
 - prezentacija 'Rimskog akvadukta' (nastavak arheoloških istraživanja, dovršenje iskapanja u Novaljskom polju, učiniti prohodnim u punoj dužini)
 - zaštita i prezentacija rimskog kamenoloma u Novalji
 - obilježavanje raznih vrsta staza: biciklističke, staze maslina, sira, vina

- Turistička infrastruktura i suprastruktura

- razvoj obiteljskih hotela
- razvoj turističkog smještaja viših kategorija
- razvoj turističkog smještaja prilagođenog mladima
- razvoj luka nautičkog turizma (Novalja, Stara Novalja, Tovarnele)

Prostorni plan Županije, koji je u skladu s orijentacijom Ličko-senjske županije prema turizmu kao jednom od važnih generatora gospodarskog rasta usmjerava na takav razvoj turizma koji se temelji na izuzetnim prirodnim i povijesnim vrijednostima cjelokupnog prostora. Planom se naglašava potreba usklađivanja kvalitete turističke ponude s izuzetnom kvalitetom prostornih resursa. Prostorni plan uređenja Grada Novalje (PPUG), donesen je 2007. godine te izmijenjen i dopunjen 2010., podrazumijeva općenito racionalnu izgradnju prostora i zaštitu mora, odnosno izgradnju obalnog ruba na način koji će u što većoj dužini zadržati prirodni izgled obale i koji je prvenstveno usmjeren na sadržaje javne namjene i turizam (u skladu sa ZOP-om).

Gospodarski razvoj grada Novalje orijentira se prema ekološkoj poljoprivredi i razvoju turizma najviše kategorije na lokacijama izvan i unutar naselja (hoteli, kampovi i obiteljski smještaj više kategorije, seoski turizam). Glavni ciljevi razvoja turističkog sektora su obnova, potpunija valorizacija i zaštita turističkih potencijala te izgradnja novog turističkog identiteta grada Novalje, pri čemu treba: ⁸³

- dati prednost revitalizaciji zapuštenih objekata i čitavih naselja posebno u ruralnim područjima (stani) stavljajući ih u turističku funkciju;
- atraktivnim oblikovanjem stvoriti nove urbane prostore i ambijente unutar naselja;
- izgradnju u slobodnim prirodnim prostorima izvan naselja provoditi na način da se veličinom građevina i njihovim oblikovanjem očuva kvaliteta okoliša i krajobraza;
- nove ugostiteljsko-turističke građevine planirati tako da namjenom, položajem, veličinom i oblikovanjem uvažavaju postojeće vrijednosti prostora, pri čemu treba osigurati slobodan pristup moru i prolaz uz obalu te javni interes u korištenju obale;
- izgradnju luka nautičkog turizma uklopiti u zatečenu konfiguraciju obale bez većih nasipavanja ili zasijecanja, osim na njenim izrazito degradiranim dijelovima;
- nautičke centre treba prvenstveno graditi uz i unutar područja naselja s već izgrađenom lukom.

- Projekti komunalne infrastrukture :

Sanacija odlagališta otpada, unapređenje sustava kanalizacije, unapređenje energetske učinkovitosti, uvođenje širokopojsnog bežičnog Interneta

- Projekti javnog reda i mira

Uvođenje sustava kontrole buke na Zrću, jačanje sigurnosti na javnim mjestima.

- Projekti turističke promocije

Virtualna Novalja

⁸³ Masterplan turizma Grada Novalje, Strateški plan destinacije do 2025., str.27.

Izrada glavnog turističko-informativnog portala grada Novalje.

- Projekti uređenja prostora i prometnih rješenja

Izrada Masterplana luke i marine Novalja, izrada Prostorno programske studije grada Novalja, uređenje plaže Zrće, uređenje trga u Metajni, uređenje lučice Tovarnele, program upravljanja plažama i 'Plaže za sve'

- Prometna strategija

Izrada strategije razvoja prometne infrastrukture na području grada Novalje, uključujući sustave parkirališta i biciklističkih ruta.

- Projekti turističke suprastrukture

Uređenje klubova na plaži Zrće, uređenje kampa Straško, izgradnja i uređenje hotela u Novalji.

U tijeku je planiranje i izvedba više projekata iz različitih domena za koje se može očekivati da će bitno pridonijeti diversifikaciji i kvaliteti turističke ponude grada Novalje u budućnosti.

5. ISTRAŽIVANJE

Novalja svake godine bilježi sve veći broj dolazaka turista te se nametnula kao poželjna „party“ destinacija za mlade. Istraživanje se fokusiralo na glazbene festivale te kako oni utječu na sam razvoj Novalje kao turističke destinacije. Ono je značajno jer pokazuje koliko su zapravo glazbeni festivali i ulaganje u ovaj oblik turizma značajno doprinijeli razvoju Novalje kao najpopularnije party destinacije u Hrvatskoj. U istraživanju je definirana sama metodologija istraživanja, ciljevi, hipoteze, diskusija rezultata, zaključak te ograničenja istraživanja. Uz pomoć grafikona i tablica vizualno će se prikazati statistički podaci koji su prikupljeni putem ankete. Dobiveni podaci će se analizirati putem statističkog programa SPSS. S obzirom da su anketirani turisti stranci, anketa je napisana na engleskom jeziku.

5.1. Metodologija istraživanja

U svrhu istraživanja, korištena je metoda anketnog upitnika. Istraživanje je provedeno na uzorku od 124 ispitanika tijekom srpnja i kolovoza 2019.

Anonimni anketni upitnik je proveden klasičnom metodologijom, metodom papir-olovka. Sastoji se od 23 pitanja otvorenog i zatvorenog tipa. Također, korištena je Likertova ljestvica kao mjerilo izražavanja stavova ispitanika, pri čemu je ocjena 1 bila najmanja moguća, a ocjena 5 najveća. Ciljana skupina su strani turisti slučajnim odabirom.

5.2. Ciljevi istraživanja

Osnovni cilj istraživanja je:

- identificiranje menadžmenta manifestacija, definiranje pojma manifestacija i njihovih karakteristika,
- utvrđivanje i razumijevanje učinaka na glazbene manifestacije te metode i modele evaluacije glazbenih manifestacija,
- istraživanje teorijskih odrednica turizma događanja, glazbenih manifestacija kroz : povijest glazbenih manifestacija; istraživanje glazbenih manifestacija u Novalji; analiza mogućih barijera kroz budući razvoj glazbenih manifestacija u Novalji;

- istraživanje i sistematizacija turizma događanja i glazbenih manifestacija u Novalji
- istraživanje i analiziranje glazbenih manifestacija s naglaskom na ponudu koje posjetiteljima pruža poznata party plaža Zrće
- analiza mišljenja posjetitelja o potrebi glazbenih manifestacija, istražiti što Novalja kao destinacija glazbenih manifestacija nudi te da li je sadržaj manifestacijskog turizma dostatan.
- teorijski istražiti posjećenost Novalje na glazbenim festivalima, koliko su turisti, tj. potrošači u turizmu zadovoljni samom ponudom koju im pruža grad Novalja
- kakva je budućnost turizma u Novalji te odrediti strukturu gostiju koji posjećuju Novalju

5.3. Hipoteze istraživanja

Provedeno istraživanje temeljilo se na slijedeće dvije hipoteze postavljene na temelju prethodno iznesenih ciljeva istraživanja :

Hipoteza H1: Turizam festivala jedan je od najvažnijih komponenti turističke ponude grada Novalje kao destinacije i generator budućih razvoja destinacije.

Obrazloženje hipoteze H1: Iz godine u godinu, Novalja bilježi iznadprosječni rast po broju dolazaka turista, a Zrće je svjetski poznata party destinacija u koju najvećim djelom pristiže mlada populacija. Specifičnost Novalje je ta što se na plaži Zrće nalaze otvoreni klubovi i što se iz godine u godinu bilježi sve veći broj financijskih ulaganja, ne samo u klubove, nego i popratne sadržaje na Zrću (ekskluzivni apartmani, ponude hrane i pića, fitness sadržaji, suvenirnice, kafići uz plažu, sport i rekreacija). Što se tiče održavanja javnog reda i mira, Novalja je krenula s provedbom niza aktivnosti: jačanje komunalnog redarstva (dodatno zapošljavanje, edukacija, opremanje), donijete su odluke kojima su im dane ovlasti, uspostavljena je suradnja s klubovima i agencijama, a educiranje gostiju o javnom redu i miru vrši se odmah, pri dolasku u grad, a rezultati su itekako vidljivi.

Hipoteza H2: Ponuda glazbenih festivala te sama ponuda grada Novalje kao turističke destinacije nije zadovoljavajuća.

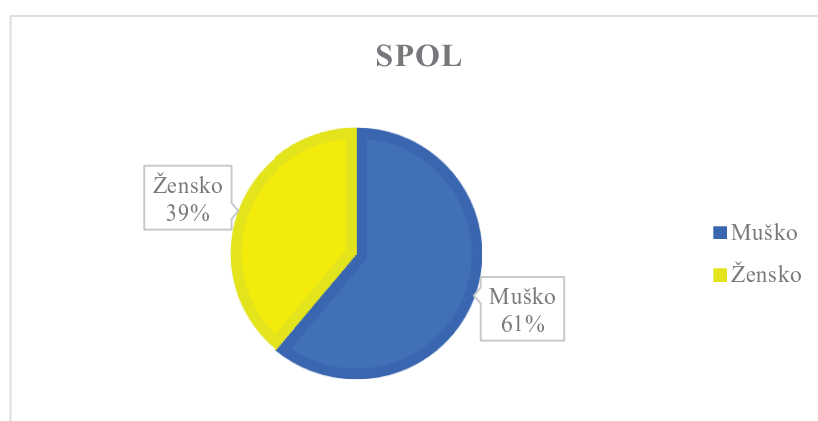
Obrazloženje hipoteze H2: Party turizam Novalje je problem koji često podijeli domaće stanovništvo otoka Paga. Za neke predstavlja dobru promociju, dok ostali smatraju kako stvari izmiču kontroli. Jedan od glavnih uzroka nezadovoljstva građana je problem ponašanja turista na javnom mjestu. Također, problem stvaraju i iznajmljivači, a riječ je o vlasnicima apartmana u zgradama u kojima i ostali vlasnici apartmana dolaze na godišnji odmor. Često sam i sama bila svjedok kako agencije dovedu goste, pokazu smještaj i nestanu. Budu upozoreni na kućni red, ali se ne vodi računa o njihovom ponašanju. Upravo zbog toga, česte su intervencije policije i komunalnog redarstva, jer su sve učestalije žalbe i prigovori stanara na njihovu buku, galamu, razbijanje.

5.4. Diskusija rezultata istraživanja

Pitanjima od 1. do 5. prikupljene su opće informacije o demografskoj strukturi ispitanika. Točnije, o dobno-spolnoj strukturi, statusu zaposlenja, mjesečnim primanjima, obrazovnoj strukturi te iz koje države ispitanici dolaze.

Ostalih 18 pitanja odnosi se na samu ponudu grada Novalje.

Pitanje 1. Spol ispitanika?

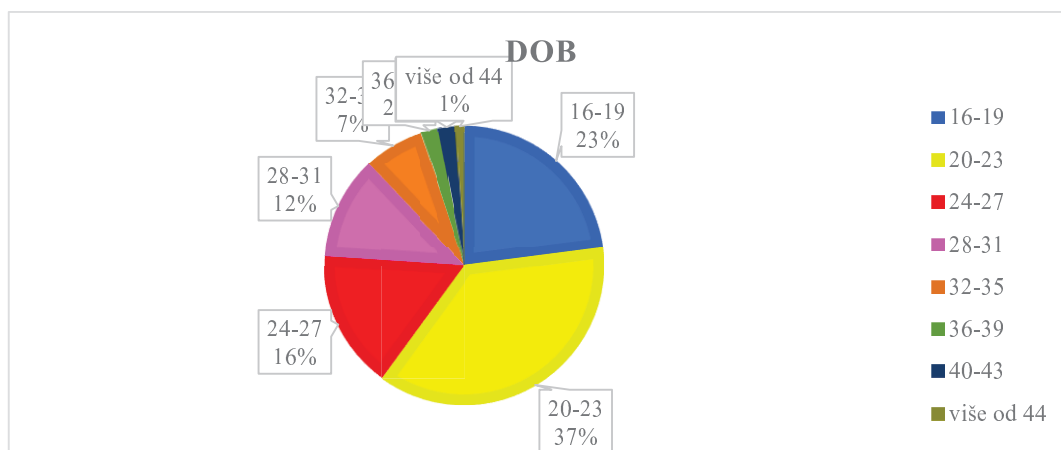


Slika 13. Spol ispitanika

Izvor : Vlastiti rad autora

Prvim pitanjem smo utvrdili spol ispitanika. Na grafikonu 1 je prikazano kako je u anketi sudjelovalo 76 osoba muškog (61%) i 48 ženskog spola (39%).

Pitanje 2. Dob ispitanika?

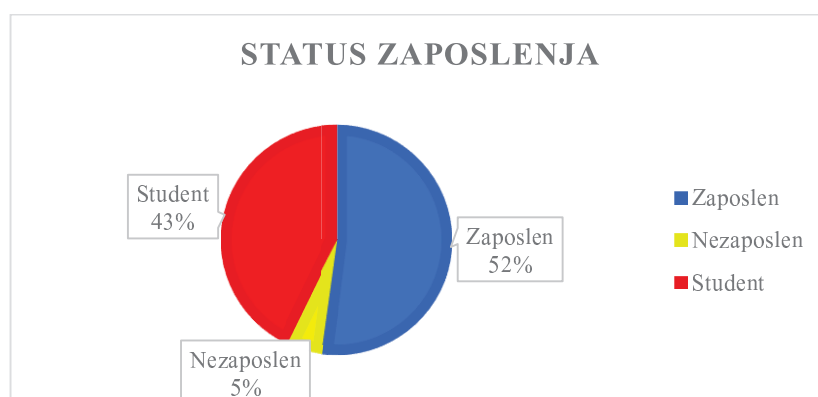


Slika 14. Dob ispitanika

Izvor : Vlastiti rad autora

Dobiveni rezultati prikazuju da je najveći broj ispitanika u dobi od 20-23 godine. (46 ispitanika), zatim slijede ispitanici u dobi od 16-19 godina (28 ispitanika), u rasponu od 24-27 godine njih 20, 28-31 (15 ispitanika), 32-35 (9 ispitanika), 36-39 (2 ispitanika) 40-43 (3 ispitanika) i više od 44 godine samo 1 ispitanik.

Pitanje 3. Status zaposlenja?

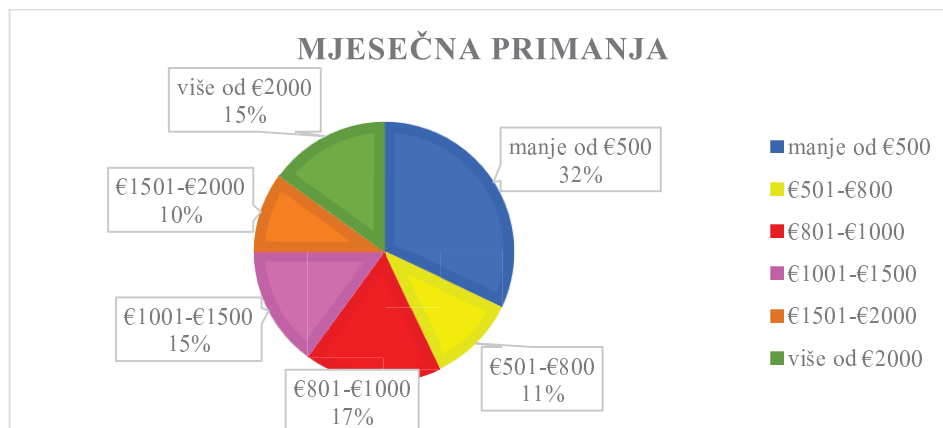


Slika 15. Status zaposlenja

Izvor : Vlastiti rad autora

Grafikon 3 pokazuje da je najviše ispitanika, njih 65 (52%) odgovorilo da su zaposleni/zaposlene. Studenata je 53 (43%), a njih nezaposlenih 6 (5%).

Pitanje 4. Mjesečna primanja?



Slika 16. Mjesečna primanja ispitanika

Izvor : Vlastiti rad autora

Od ukupnog broja ispitanika, 40 (32%) je odgovorilo da ima manje od €500. 14 ispitanika (11%) od €501-€800, 21 ispitanik (17%) €801-€1000, mjesečnu zaradu između €1001-€1500 19 ispitanika, (15%), €1501-€2000 - 13 ispitanika, (10%) te više od €2000 njih 17 (15%).

Pitanje 5. Iz koje države dolazite?

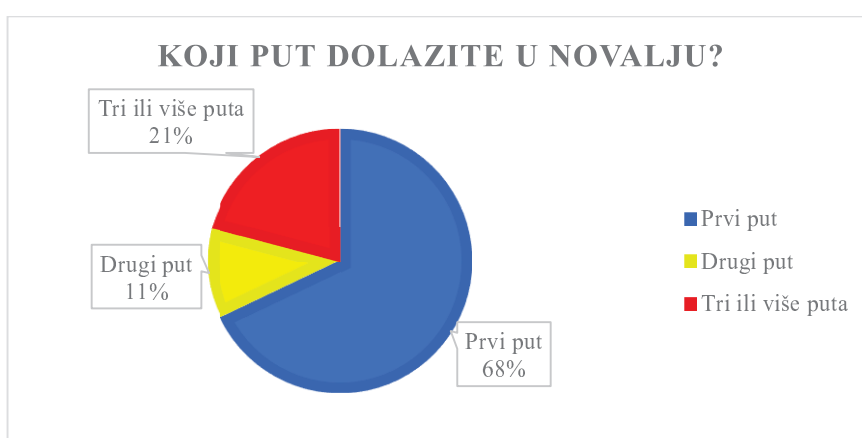
Tablica 2. Zemlja dolaska ispitanika

| | |
|--------------------------------|---------------------|
| 1. ITALIJA | 47% (58 ispitanika) |
| 2. HRVATSKA | 14% (18 ispitanika) |
| 3. NJEMACKA | 9% (11 ispitanika) |
| 4. SLOVENIJA | 8% (10 ispitanika) |
| 5. SLOVACKA | 4% (5 ispitanika) |
| 6. AUSTRIJA | 4% (5 ispitanika) |
| 7. FRANCUSKA | 3% (4 ispitanika) |
| 8. IRSKA | 1,6% (2 ispitanika) |
| 9. MONGOLIJA | 1,6% (2 ispitanika) |
| 10. ENGLJESKA | 1,6% (2 ispitanika) |
| 11. BOSNA I HERCEGOVINA | 1,6% (2 ispitanika) |
| 12. SRBIJA | 1,6% (2 ispitanika) |
| 13. SVICARSKA | 0,8% (1 ispitanik) |
| 14. MAKEDONIJA | 0,8% (1 ispitanik) |
| 15. KINA | 0,8% (1 ispitanik) |

Izvor : Vlastiti rad autora

Tablica 2. nam prikazuje da najveći broj turista dolazi iz Italije 47% (58 ispitanika). Zatim slijede domaći turisti 14% (18 ispitanika), turisti iz Njemačke 9% (11 ispitanika), Slovenije 8% (10 ispitanika), iz Slovačke i Austrije 8% (10 ispitanika), Francuske 3% (4 ispitanika), turisti iz Irske, Mongolije, Engleske, BiH i Srbije 8% (10 ispitanika). Iz Švicarske, Makedonije i Kine imamo po jednog ispitanika (2,4%).

Pitanje 6. Koji put dolazite u Novalju?

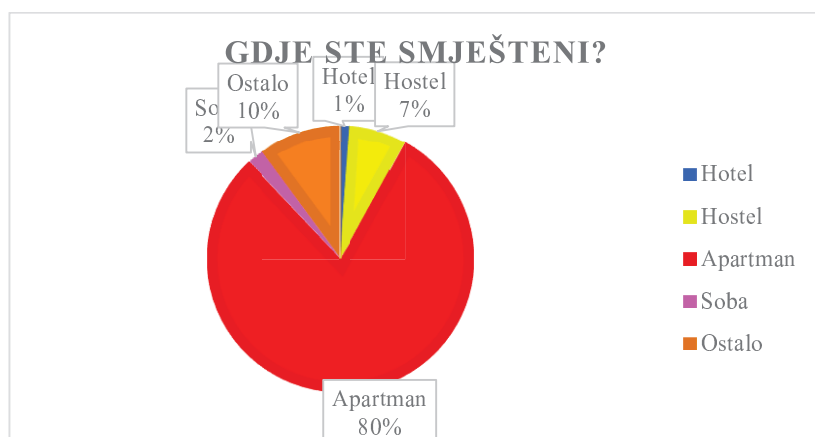


Slika 17. Broj dolazaka u Novalju

Izvor : Vlastiti rad autora

Najveći broj ispitanika, njih 84 (68%) je dao odgovor da su tu prvi put . Novalju posjećuju drugi put njih 14 (11%), a tri ili više puta 16 ispitanika (21%).

Pitanje 7. Gdje ste smješteni?

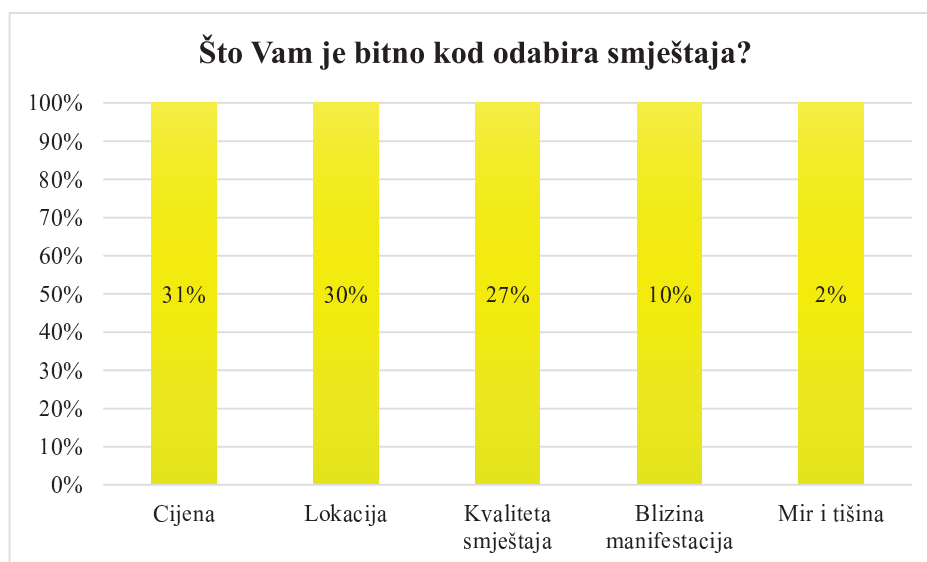


Slika 18. Smještaj ispitanika

Izvor : Vlastiti rad autora

Iz grafikona nam je vidljivo da je najveći broj ispitanika smješten u apartmanima, njih 99 (80%). Zatim slijedi odgovor ostalo sa 13 ispitanika (10%), u hostelima je njih 8 (7%), u sobama 3 ispitanika (2%) te u hotelu samo 1 ispitanik (1%).

Pitanje 8. Što Vam je bitno kod odabira smještaja?



Slika 19. Kriteriji za odabir smještaja

Izvor : Vlastiti rad autora

Kod odabira smještaja, ispitanicima je najvažnija cijena (31%), zatim lokacija (30%), kvaliteta smještaja (27%), blizina manifestacija (10%) te mir i tišina (2%).

Pitanje 9. *Da li ste zadovoljni odabranim smještajem?*

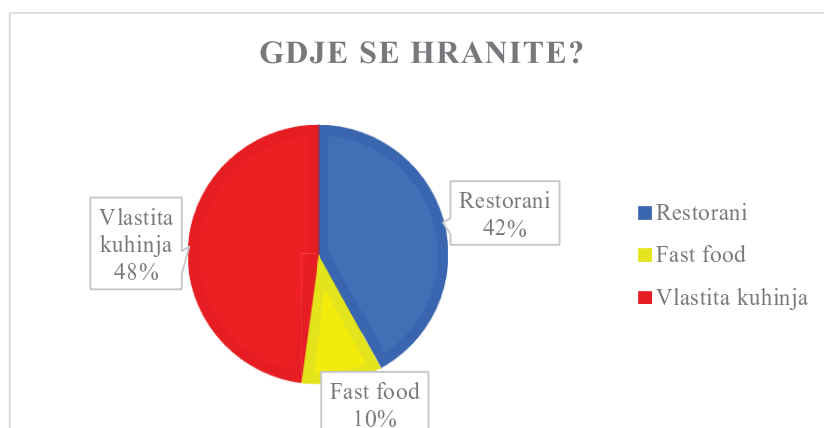


Slika 20. Zadovoljstvo odabranim smještajem

Izvor : Vlastiti rad autora

93 ispitanika (75%) je odgovorilo da je zadovoljno. Ostalih 21 (25%) nisu zadovoljni.

Pitanje 10. *Gdje se hranite?*

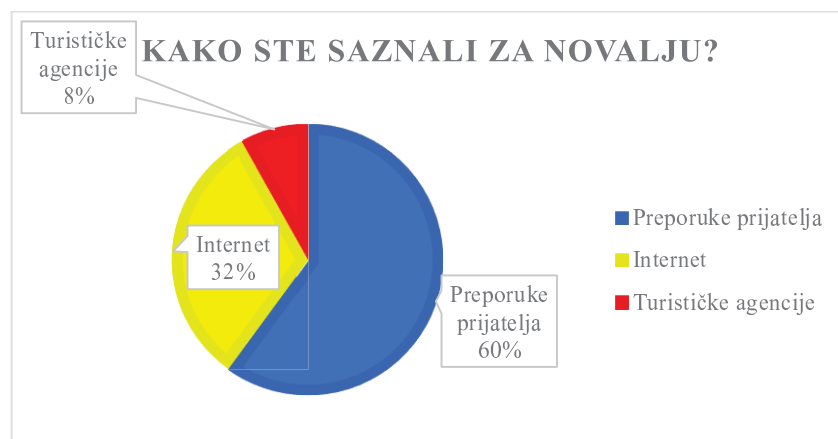


Slika 21. Mjesto prehrane tijekom boravka u Novalji

Izvor : Vlastiti rad autora

Najveći broj ispitanika, njih 60 je odgovorio da se hrani u vlastitoj kuhinji (48%) , u restoranima se hrani njih 52 (42%), a u fast foodovima 12 ispitanika (10%)

Pitanje 11. Kako ste saznali za Novalju?

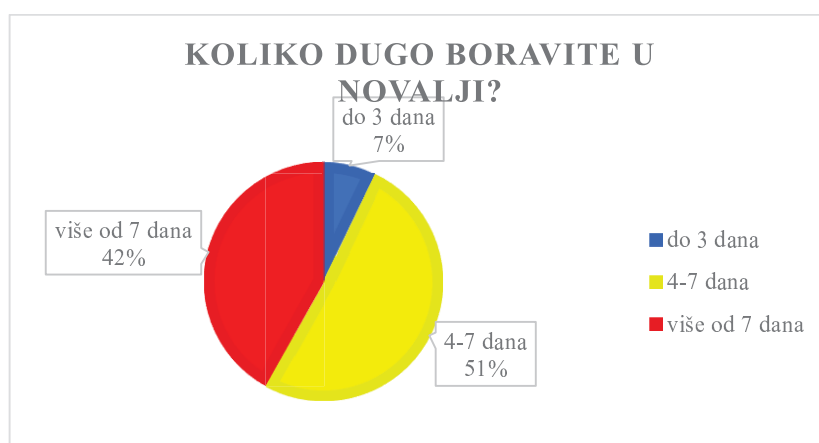


Slika 22. Saznanje za Novalju

Izvor : Vlastiti rad autora

Za Novalju je najveći broj ispitanih saznao putem preporuka prijatelja (60%) Slijedi internet (32%) i turističke agencije (8%).

Pitanje 12. Koliko dugo boravite u Novalji?

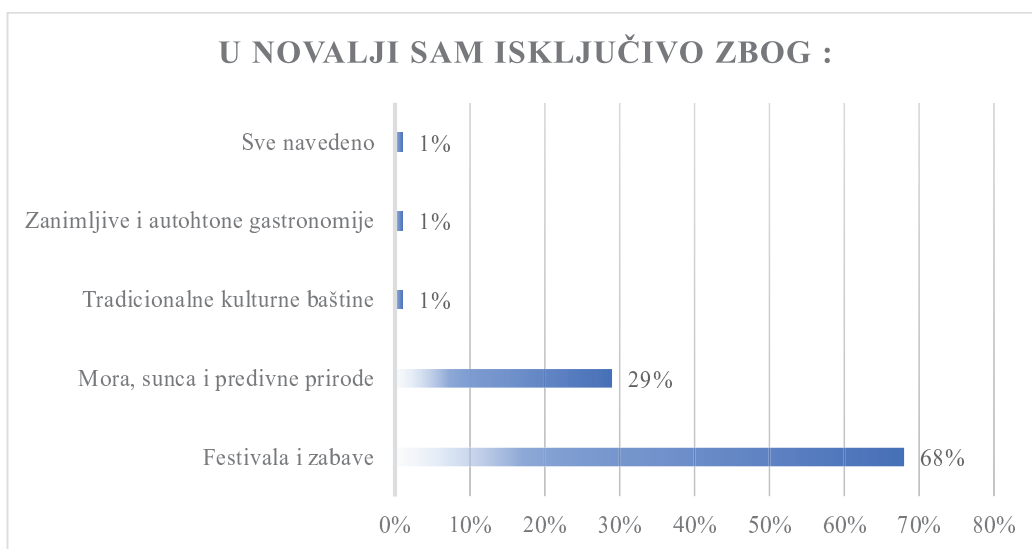


Slika 23. Duljina boravka ispitanika u Novalji

Izvor : Vlastiti rad autora

Više od pola, tj. njih 63 je odgovorio u periodu od 4-7 dana (51%) Više od 7 dana – 52 ispitanika (42%) te do 3 dana boravka – 9 ispitanika (7%).

Pitanje 13. *U Novalji sam isključivo zbog?*

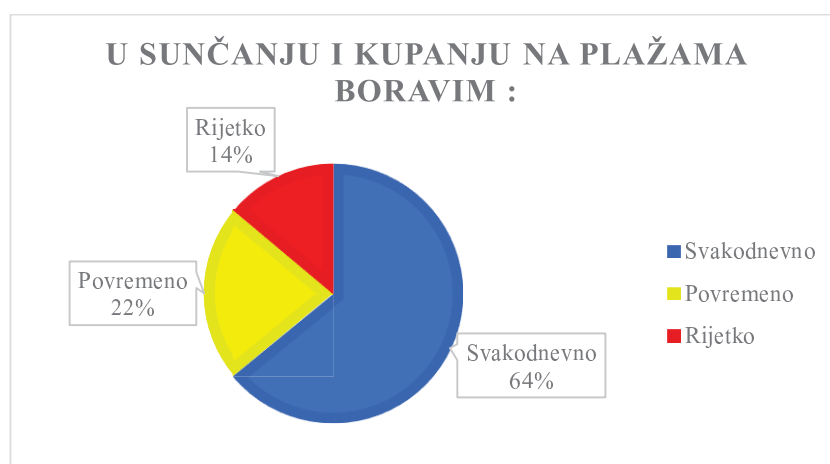


Slika 24. Razlog dolaska u Novalju

Izvor : Vlastiti rad autora

71 ispitanik (68%) je dao odgovor da je u Novalji isključivo zbog festivala i zabave. Zbog mora sunca i predivne prirode 30 ispitanika (29%), tradicionalne kulturne baštine 1 ispitanik(1%), radi zanimljive i autohtone gastronomije 1 ispitanik (1%) te zbog sveg navedenog također samo 1 ispitanik (1%).

Pitanje 14. *U sunčanju i kupanju na plažama boravim?*

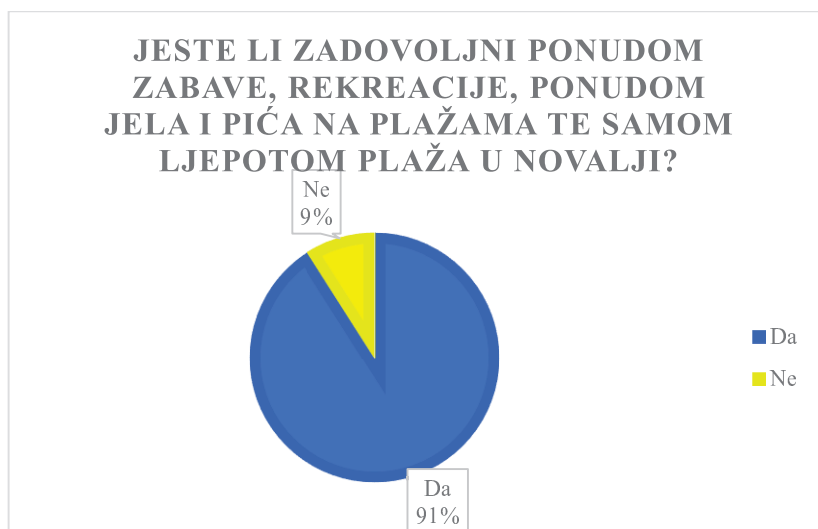


Slika 25. Boravak na plažama u Novalji

Izvor : Vlastiti rad autora

Od 124 ispitanika, njih 79 (64%) boravi svakodnevno, povremeno 27 ispitanika (22%) i rijetko 18 ispitanika (14%).

Pitanje 15. *Jeste li zadovoljni ponudom zabave, rekreacijom, ponudom jela i pića na plažama, te samom ljepotom plaža u Novalji?*

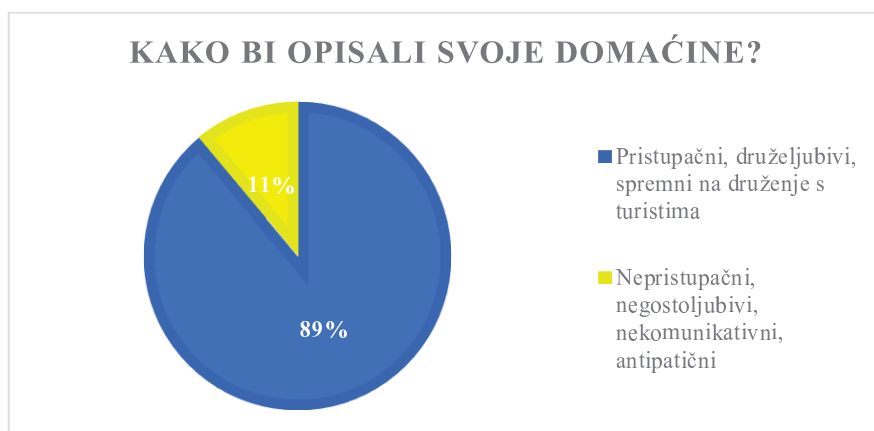


Slika 26. Zadovoljstvo ponudom zabave, rekreacije, jela i pića te ljepotom plaža Novalje

Izvor : Vlastiti rad autora

Od 124 ispitanika, njih 79 (64%) boravi svakodnevno, povremeno 27 ispitanika (22%) i rijetko 18 ispitanika (14%).

Pitanje 16. *Kako bi opisali svoje domaćine?*

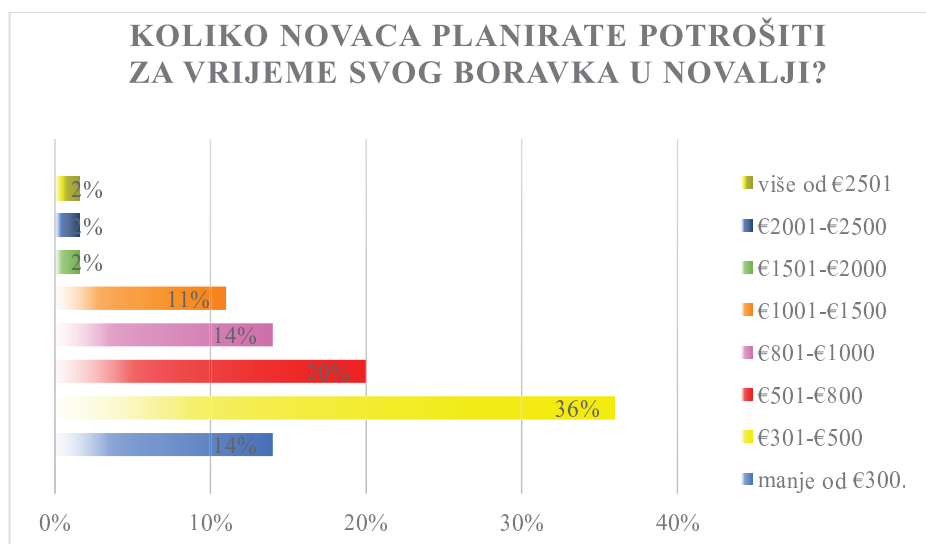


Slika 27. Zadovoljstvo ispitanika domaćinima

Izvor : Vlastiti rad autora

Velika većina ispitanika, njih 110 (89%) se složilo da su domaćini grada Novalje izuzetno pristupačni, druželjubivi i spremni na druženje s turistima, dok se manji broj, njih 14 (11%) izjasnio da su domaćini nepristupačni, negostoljubivi, nekomunikativni i antipatični.

Pitanje 17. *Koliko novaca planirate potrošiti za vrijeme svog boravka u Novalji?*

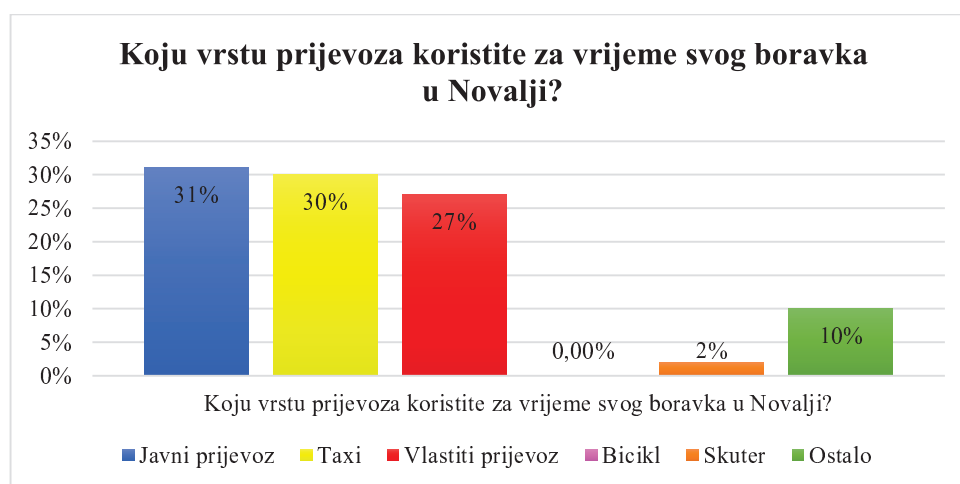


Slika 28. Izdaci ispitanika za vrijeme boravka u Novalji

Izvor : Vlastiti rad autora

17 ispitanika (14%) imalo je u planu potrošiti manje od €300. Od €301-€500 43 ispitanika (36%). €501-€800 24 ispitanika (20%). €801-€1000 17 ispitanika (14%), €1001-€1500 15 ispitanika (12%), €1501-€2000 3 ispitanika (2%), €2001-€2500 2 ispitanika (2%) a više od €2501 3 ispitanika (2%)

Pitanje 18. *Koju vrstu prijevoza koristite za vrijeme svog boravka u Novalji?*

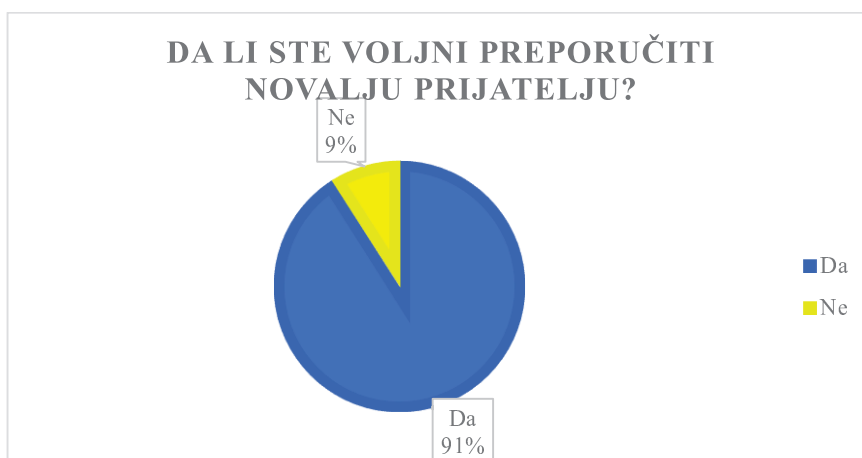


Slika 29. Vrsta prijevoza za vrijeme boravka u Novalji

Izvor : Vlastiti rad autora

39 ispitanika (31%) koristi javni prijevoz. 36 njih (30%) služi se taxijem, 34 anketiranih (27%) koristi se vlastitim prijevozom, biciklom se ne služi niti jedan ispitanik, skuterom 3 (2%) a ostalo je zabilježilo 12 ispitanika, odnosno njih 10%.

Pitanje 19. *Da li ste voljni preporučiti Novalju prijatelju?*

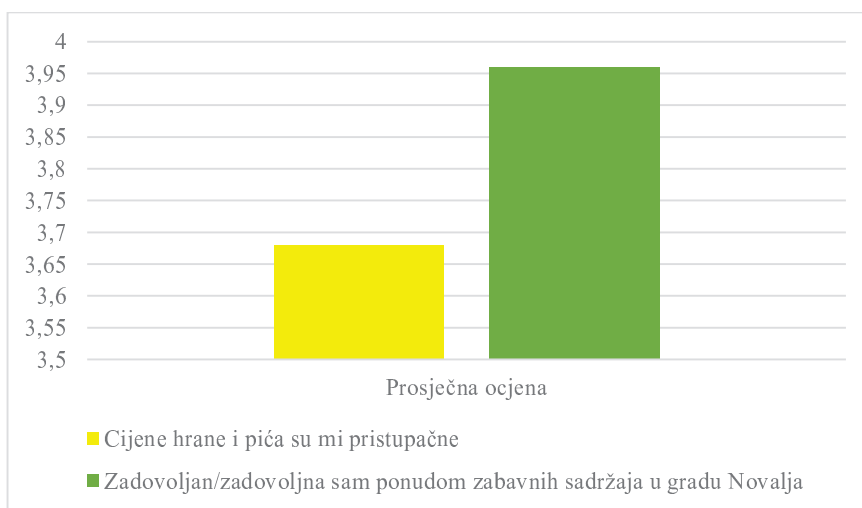


Slika 30. Moguća preporuka Novalje

Izvor : Vlastiti rad autora

Iz grafikona je vidljivo da je 91% (113 ispitanika) spremno preporučiti Novalju prijateljima, dok 9% (11 ispitanika) nije.

Pitanje 20. *Ocijenite ocjenom 1 do 5 slijedeće tvrdnje, s time da je ocjena 1 najniža, a ocjena 5 najveća moguća ocjena.*

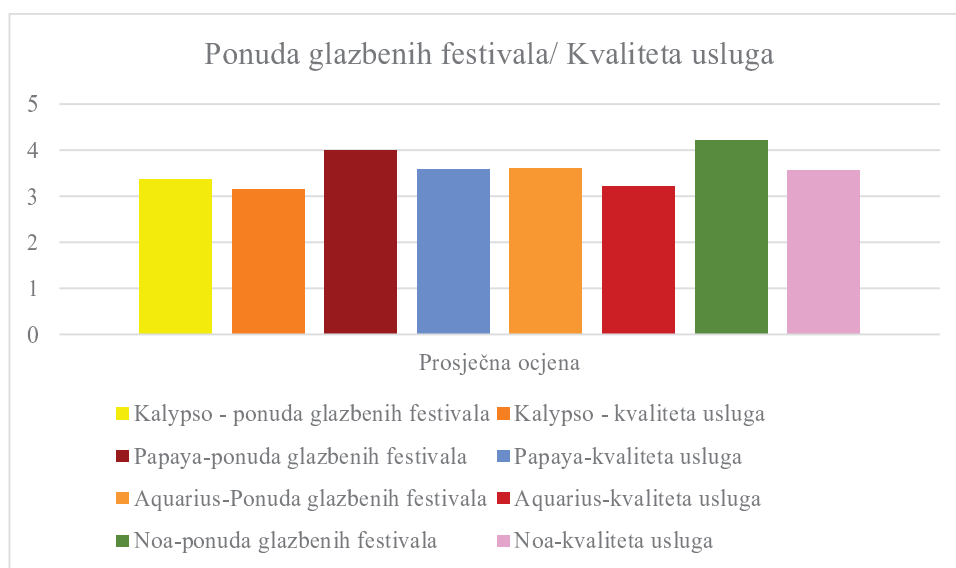


Slika 31. Pristupačnost cijena hrane i pića / Zadovoljstvo ponudom zabavnih sadržaja grada Novalje

Izvor : Vlastiti rad autora

Računajući prosječnu vrijednost, dolazim do zaključka da su turistima cijene hrane i pića te ponuda zabavnih sadržaja u samom gradu Novalja prihvatljivi jer su ocijenjeni relativno visokim ocjenama 3,68 te 3,96.

Pitanje 21. *Ocijenite ocjenom 1-5 klubove na plaži Zrće i kvalitetu usluga (cijene hrane, pića, ambijent) s time da je ocjena 1 najmanja moguća ocjena, a ocjena 5 najveća.*



Slika 32. Ponuda i kvaliteta usluga na glazbenim festivalima

Izvor : Vlastiti rad autora

Analizirajući ove dvije varijable, iz grafikona 6.21. je vidljivo da najveću prosječnu ocjenu ima klub Noa – ponuda glazbenih festivala (4,2), kvaliteta usluga (3,57). Odmah iza njega slijedi Papaya (4,00 i 3,59). Kalypso ima prosječne ocjene 3,38 i 3,15, a ispitanici su se složili da je ponuda glazbenih festivala i kvaliteta usluga kluba Aquarius 3,61 i 3,23.

Pitanje 22. *Ocijenite Vaše slaganje sa sljedećim tvrdnjama koristeći ljestvicu u rasponu od 1 (uopće se ne slažem) do 5 (u potpunosti se slažem):*

Tablica 3. Manifestacije

| | |
|--|------|
| Manifestacije pridonose širenju kulturnih vidika lokalne zajednice. | 3,62 |
| Manifestacije doprinose stvaranju novih radnih mjesta za stanovništvo otoka Paga i grada Novalje. | 3,67 |
| Manifestacije značajno doprinose turističkoj promociji otoka Paga i grada Novalje. | 3,94 |
| Manifestacije obogaćuju turističku ponudu otoka Paga i grada Novalje. | 3,89 |
| Manifestacije podižu životni standard lokalne zajednice. | 3,51 |
| Manifestacije značajno utječu na gospodarstvo grada. | 3,83 |
| Manifestacije prouzrokuju porast kriminala i štetnog ponašanja. | 2,94 |
| Manifestacije prouzrokuju značajno onečišćenje okoliša. | 3,51 |
| Manifestacije mijenjaju način života lokalne zajednice. | 3,67 |
| Manifestacije više štete nego doprinose lokalnoj zajednici. | 2,77 |
| Manifestacije prijete autentičnosti i tradiciji te štete baštini. | 3,24 |
| Održavanje manifestacija i festivala potiče izgradnju infrastrukture. | 3,77 |
| Održavanje manifestacija i festivala napravilo je izvrsnu promociju mjesta Novalja na turističkom tržištu kao destinacije koja promovira zabavu. | 3,75 |
| Održavanje manifestacija i festivala povećalo je cijenu po kojoj se apartmani u mjestu Novalja i na otoku Pagu iznajmljuju. | 3,65 |
| Održavanje manifestacija i festivala uzrokovalo je negodovanje lokalnog stanovništva zbog prevelikih gužvi i buke unutar mjesta Novalja. | 3,40 |
| Održavanje manifestacija i festivala uzrokovalo je probleme sa odlaganjem otpada na otoku Pagu. | 3,31 |
| Održavanje manifestacija i festivala uzrokovalo je probleme sa narušavanjem lokalnog pejzaža, ambijenta i izgleda mjesta Novalje. | 3,20 |

Izvor : Vlastiti rad autora

Iz tablice je izračunata prosječna vrijednost te možemo zaključiti da najvećim dijelom turisti smatraju kako manifestacije značajno doprinose turističkoj promociji otoka Paga i grada Novalje (ocjena 3,94), obogaćuju turističku ponudu otoka Paga i grada Novalje (3,89), značajno utječu na gospodarstvo grada (3,83), mijenjaju način života lokalne zajednice (3,67), doprinose stvaranju novih radnih mjesta za stanovništvo otoka Paga i grada Novalje, (3,67), pridonose širenju kulturnih vidika lokalne zajednice (3,62), podižu životni standard lokalne zajednice (3,51). Smatraju da održavanje manifestacija i festivala potiče izgradnju infrastrukture (3,77) što je rezultiralo izvrsnom promocijom Novalje na turističkom tržištu kao destinacije za zabavu (3,75), održavanje manifestacija i festivala povećalo je cijenu najma apartmana u mjestu Novalja i na otoku Pagu (3,65). U manjim mjerama smatraju da manifestacije prouzrokuju porast kriminala i štetnog ponašanja, da više štete nego doprinose lokalnoj zajednici, da je održavanje manifestacija uzrokovalo negodovanje lokalnog stanovništva zbog prevelikih gužvi i buke unutar mjesta Novalja, da je uzrokovalo probleme sa odlaganjem otpada na otoku Pagu te da je održavanje manifestacija i festivala uzrokovalo probleme sa narušavanjem lokalnog pejzaža, ambijenta i izgleda mjesta Novalje.

Pitanje 23. *Što biste promijenili u sadržaju turističke ponude grada Novalje? (otvoreni tip)*

Tablica 4. *Promjena u sadržaju turističke ponude grada Novalje*

| |
|---|
| 1. Veća ponuda tradicionalnih jela. |
| 2. Korištenje eura kao valute, ne samo kune. |
| 3. Niže cijene. |
| 4. Malo više kulturnih sadržaja. |
| 5. Promijenila bih ponašanje domicilnog stanovništva koje je neljubazno i suzdržano. |
| 6. Više privatnih plaža kao i poboljšanje infrastrukture. |
| 7. Organizacija još nekog većeg festivala u Novalji te otvorenje još jednog kluba u samom centru grada. |

| |
|--|
| 8. Više zabave. |
| 9. Organizacija javnog prijevoza do najljepših sadržaja u Novalji (plaža Ručica) te više Ubera. |
| 10. Mjenjačnice su velika prednost za turiste, jer velika većina ne uzima proviziju (ATM's) |
| 11. Bolja organizacija na plažama, ponekad je teško pronaći mjesto gdje se možemo odmoriti jer su plaže pune ljudi. |
| 12. Manje partijanja, više kulturnih sadržaja. |
| 13. Otvoriti dućan sa opremom za mobitele. |
| 14. Više kanti za smeće. |
| 15. Više javnog prijevoza, jeftinije cijene, više prijateljski raspoloženih zaposlenika. |
| 16. Više disco klubova u centru Novalje. |
| 17. Ništa ne bih promijenila ukoliko ste tip osobe koji voli partijati. Ukoliko se želite odmoriti i opustiti, preporučam drugu i mirniju destinaciju. |
| 18. Bolja ponuda hrane i pića u restoranima. Konobari su također nepristojni. |
| 19. Loša ponuda gastronomije – niska kvaliteta, nepristojni konobari. |
| 20. Premjestio bih autobusne stanice za Zrće na neko više izolacijsko mjesto koje bi rezultiralo manjom bukom i gužvom u samom centru Novalje. |
| 21. Manje plastičnog pribora na festivalima, manje dečkiju i više čišćih apartmana. |
| 22. Veći izbor plaža, istaknutiji pregled na tečaj u mjenjačnicama. |
| 24. Više prijateljski raspoloženih i simpatičnijih zaposlenika. |

Izvor : Vlastiti rad autora

Od ukupno 124 ispitanika, samo njih 24 (19,35%) je dalo odgovor na ovaj tip otvorenog pitanja. Uglavnom bi bili zadovoljniji da su niže cijene, da bude postavljeno više kanti za smeće, da lokalna turistička zajednica povede više računa o kulturnim sadržajima, da bude gostoljubivijih zaposlenika u restoranima. Ponuda hrane i pića mogla biti malo bolja, a i trebala bi postojati mogućnost plaćanja eurom, a ne samo kunom.

Pomoću Likertove skale ispitanici su izrazili vlastiti stupanj slaganja, odnosno neslaganja s određenim tvrdnjama. Disperzijske vrijednosti koje su bile dodane tvrdnjama su: „uopće se ne slažem (1)“, „ne slažem se (2)“, „niti se slažem, niti se ne slažem (3)“, „slažem se (4)“, „u potpunosti se slažem (5)“.

Tablica 5. Likertova skala

| | |
|-----|---|
| p1 | Cijene hrane i pića su mi pristupačne. |
| p2 | Zadovoljan/zadovoljna sam ponudom zabavnih sadržaja u gradu Novalja. |
| p3 | Ponuda glazbenih festivala na Zrću - Kalypso |
| p4 | Ponuda glazbenih festivala na Zrću - Papaya |
| p5 | Ponuda glazbenih festivala na Zrću - Aquarius |
| p6 | Ponuda glazbenih festivala na Zrću - Noa |
| p7 | Kvaliteta usluga na Zrću - Kalypso |
| p8 | Kvaliteta usluga na Zrću - Papaya |
| p9 | Kvaliteta usluga na Zrću - Aquarius |
| p10 | Kvaliteta usluga na Zrću - Noa |
| p11 | Manifestacije pridonose širenju kulturnih vidika zajednice. |
| p12 | Manifestacije doprinose stvaranju novih radnih mjesta za stanovništvo otoka Paga i grada Novalje. |
| p13 | Manifestacije značajno doprinose turističkoj promociji otoka Paga i grada Novalje. |
| p14 | Manifestacije obogaćuju turističku ponudu otoka Paga i grada Novalje. |
| p15 | Manifestacije podižu životni standard lokalne zajednice. |
| p16 | Manifestacije značajno utječu na gospodarstvo grada. |
| p17 | Manifestacije prouzrokuju porast kriminala i štetnog ponašanja. |
| p18 | Manifestacije prouzrokuju značajno onečišćenje okoliša. |

| | |
|-----|--|
| p19 | Manifestacije mijenjaju način života lokalne zajednice |
| p20 | Manifestacije više štete nego doprinose lokalnoj zajednici. |
| p21 | Manifestacije prijete autentičnosti i tradiciji te štete baštini. |
| p22 | Održavanje manifestacija i festivala potiče izgradnju infrastrukture. |
| p23 | Održavanje manifestacija i festivala napravilo je izvrsnu promociju mjesta Novalja na turističkom tržištu kao destinacije koja promovira zabavu. |
| p24 | Održavanje manifestacija i festivala povećalo je cijenu po kojoj se apartmani u mjestu Novalja i na otoku Pagu iznajmljuju |
| p25 | Održavanje manifestacija i festivala uzrokovalo je negodovanje lokalnog stanovištva zbog prevelikih gužvi i buke unutar mjesta Novalja |
| p26 | Održavanje manifestacija i festivala uzrokovalo je probleme sa odlaganjem otpada na otoku Pagu |
| p27 | Održavanje manifestacija i festivala uzrokovalo je probleme sa narušavanjem lokalnog pejzaža, ambijenta i izgleda mjesta Novalje |

Izvor : Vlastiti rad autora

Uz pomoć posljednjih 27 pitanja iz upitnika, iskazat će se stav ispitanika o određenim tvrdnjama u kojima se koristila Likertova skala te ćemo saznati pouzdanost mjerne ljestvice. Rezultat i interpretacija Cronbach alpha koeficijenta u zaključku rezultata istraživanja iskazat će o kojoj pouzdanosti mjerne ljestvice se zapravo radi.

Tablica 6. Cronbach's Alpha koeficijent

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .830 | 27 |

Izvor : Vlastiti rad autora

Cronbach's Alpha koeficijent (Tablica 5.) je veći od 0,830 što zapravo znači dobru pouzdanost mjerne ljestvice.

Tablica 7. Deskriptivna statistika

| | Broj ispitanika (N) | Aritmetička sredina(M) | Standardna devijacija |
|-----|----------------------------|-------------------------------|------------------------------|
| p1 | 124 | 3.6855 | .95736 |
| p2 | 124 | 3.9677 | .91896 |
| p3 | 101 | 3.3861 | 1.17448 |
| p4 | 111 | 4.0090 | .91944 |
| p5 | 105 | 3.6095 | .98542 |
| p6 | 108 | 4.2130 | .92777 |
| p7 | 98 | 3.1531 | 1.20439 |
| p8 | 110 | 3.5909 | 1.15969 |
| p9 | 101 | 3.2871 | 1.16049 |
| p10 | 107 | 3.5701 | 1.21401 |
| p11 | 120 | 3.6250 | .96199 |
| p12 | 119 | 3.6723 | .97519 |
| p13 | 120 | 3.9417 | .95527 |
| p14 | 119 | 3.8908 | .93691 |
| p15 | 120 | 3.5167 | 1.01239 |
| p16 | 120 | 3.8333 | 1.04787 |
| p17 | 120 | 2.9417 | 1.15443 |
| p18 | 119 | 3.5126 | .95550 |
| p19 | 119 | 3.6723 | .97519 |
| p20 | 120 | 2.770 | 1.14835 |
| p21 | 120 | 3.2417 | 1.4493 |
| p22 | 120 | 3.7750 | .99968 |
| p23 | 120 | 3.7500 | 1.04721 |

| | | | |
|-----|-----|--------|---------|
| p24 | 120 | 3.6500 | 1.10499 |
| p25 | 120 | 3.4083 | .99996 |
| p26 | 120 | 3.3167 | .97862 |
| p27 | 120 | 3.2083 | 1.09157 |

Izvor : Vlastiti rad autora

Tablica 8. Rotacijska matrica

Statistics

| | | p2 | p4 | p6 | p13 | p14 | p16 |
|----------------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|
| N | Valid | 124 | 111 | 108 | 120 | 119 | 120 |
| | Missing | 0 | 13 | 16 | 4 | 5 | 4 |
| Mean | | 3.9677 | 4.0090 | 4.2130 | 3.9417 | 3.8908 | 3.8333 |
| Median | | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 |
| Mode | | 4.00 | 4.00 | 5.00 | 4.00 | 4.00 | 5.00 |
| Std. Deviation | | .91896 | .91944 | .92777 | .95527 | .93691 | 1.04787 |
| Minimum | | 1.00 | 2.00 | 1.00 | 1.00 | 1.00 | 1.00 |
| Maximum | | 5.00 | 5.00 | 5.00 | 5.00 | 5.00 | 5.00 |

One-Sample Statistics

| | N | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|-----|-----|--------|----------------|-----------------|
| p2 | 124 | 3.9677 | .91896 | .08252 |
| p4 | 111 | 4.0090 | .91944 | .08727 |
| p6 | 108 | 4.2130 | .92777 | .08928 |
| p13 | 120 | 3.9417 | .95527 | .08720 |
| p14 | 119 | 3.8908 | .93691 | .08589 |
| p16 | 120 | 3.8333 | 1.04787 | .09566 |

Izvor : Vlastiti rad autora

U programu SPSS, obrađena je rotacijska matrica za pitanja koja su imala najveću vrijednost. U prvoj tablici su izračunati mod, medijan, aritmetička sredina i standardna devijacija, dok je u drugoj tablici proveden T-test kojim utvrđujemo da su varijable statistički značajne.

Proveden je T-test (Tablica 9.) za varijable p11, p13 i p23 koje su se koristile prilikom potvrđivanja ili odbacivanja hipoteze 1. Sukladno dobivenim rezultatima možemo zaključiti kako su varijable statistički značajne za postavljenu hipotezu.

Tablica 9. *T-test (h1)*

| One-Sample Test | | | | | | |
|-----------------|----------------|-----|-----------------|-----------------|---|--------|
| | Test Value = 0 | | | | | |
| | t | df | Sig. (2-tailed) | Mean Difference | 95% Confidence Interval of the Difference | |
| | | | | | Lower | Upper |
| p11 | 41.279 | 119 | .000 | 3.62500 | 3.4511 | 3.7989 |
| p13 | 45.201 | 119 | .000 | 3.94167 | 3.7690 | 4.1143 |
| p23 | 39.227 | 119 | .000 | 3.75000 | 3.5607 | 3.9393 |

Izvor : Vlastiti rad autora

Na temelju dobivenih rezultata iz ankete, proveden je T-test (Tablica 10.) kojim jasnije saznajemo cjelokupni stav uzorka. Na temelju statističke obrade, odbacujemo H2.

Tablica 10. *T-test (h2)*

| One-Sample Test | | | | | | |
|-----------------|----------------|-----|-----------------|-----------------|---|--------|
| | Test Value = 0 | | | | | |
| | t | df | Sig. (2-tailed) | Mean Difference | 95% Confidence Interval of the Difference | |
| | | | | | Lower | Upper |
| p2 | 48.079 | 123 | .000 | 3.96774 | 3.8044 | 4.1311 |
| p14 | 45.301 | 118 | .000 | 3.89076 | 3.7207 | 4.0608 |
| prosje_k_36 | 55.145 | 95 | .000 | 3.82552 | 3.6878 | 3.9632 |

Izvor : Vlastiti rad autora

5.5. Zaključak rezultata istraživanja

Na temelju sprovedenog istraživanja od 124 ispitanika, anketu je ispunio veći broj muških nego ženskih ispitanika (76:48). Najveći broj turista koji su posjetili Novalju su u dobi od 20-23 godine (46). Slijede oni u dobi od 16-19 godina (28), zatim od 24-27

godina njih 20. U razdoblju od 28-31 godine je njih 15, od 32-35 godina 9 ispitanika, 36-39 godina su 2 ispitanika, 40-43 godine 3 ispitanika i više od 44 godine samo 1 ispitanik. Dakle, najveća je zastupljenost mlađe populacije, do 35 godina. Na pitanje o statusu zaposlenja, više od pola, točnije 52%, dao je odgovor da su zaposleni/zaposlene. Studenata je 43%, a njih nezaposlenih samo 5%. Manje od €500 mjesečnih primanja ima najveći dio anketiranih (32%). Za pitanje otvorenog tipa iz koje države dolazite, korištena je tablica iz koje je vidljivo da je najzastupljeniji dio turista iz Italije. Slijede Hrvatska, Njemačka, Slovenija, Slovačka, Austrija, Francuska, Irska, Mongolija, Engleska, Bosna i Hercegovina, Srbija, Švicarska, Makedonija i Kina.

Proveden je T-test (Tablica 9.) za varijable p11, p13 i p23 koje su se koristile prilikom potvrđivanja ili odbacivanja hipoteze 1 koja glasi : *Turizam festivala jedan je od najvažnijih komponenti turističke ponude grada Novalje kao destinacije i generator budućih razvoja destinacije*. Na temelju dobivenih rezultata možemo zaključiti kako su varijable statistički značajne za postavljenu hipotezu. Iz dobivenih rezultata statističke obrade, p13 koje glasi : „Manifestacije značajno doprinose turističkoj promociji otoka Paga i grada Novalje“ daje nam jasniju sliku o tome hoćemo li prihvatiti ili odbaciti hipotezu H1. Uz pomoć Likertove skale iz pitanja 13 jasnije saznajemo cjelokupni stav uzorka, odnosno 38 (31,66%) ispitanika se u potpunosti slaže sa ovom tvrdnjom, 50 (41,66%) ih je dalo ocjenu 4. Niti se slažu, niti se ne slažu 26 (21,66%) ispitanika. 8 (6,66%) ispitanika se ne slaže s ovom tvrdnjom, dok se uopće se ne slaže s tvrdnjom samo 2 (1,66%) ispitanika. Vidljivo je kako se veliki broj ispitanika u potpunosti slaže s ovom tvrdnjom pa na temelju toga prihvaćamo H1. Pitanje 11 glasi : „Manifestacije pridonose širenju kulturnih vidika lokalne zajednice“ Pomoću Likertove skale ispitanici su iskazali vlastiti stav o navedenoj tvrdnji. U potpunosti se slaže 23 ispitanika, 43 se slaže, niti se slažu niti se ne slažu njih 47. Svega 7 ispitanika se ne slaže s ovom tvrdnjom, a 4 ispitanika se uopće ne slaže. Stoga i pitanje 11 doprinosi prihvaćanju hipoteze H1. Kao treća varijabla koja doprinosi potvrđivanju hipoteze H1 je pitanje 23, odnosno tvrdnja „Održavanje manifestacija i festivala napravilo je izvrsnu promociju mjesta Novalja na turističkom tržištu kao destinacije koja promovira zabavu.“ U potpunosti se slaže 34 ispitanika, 39 njih se slaže, 32 niti se slaže niti se ne slaže, 13

ispitanika se ne slaže s navedenom tvrdnjom te samo 1 se u potpunosti ne slaže. S obzirom da se velik broj ispitanika složio, prihvaćamo H1.

Na temelju dobivenih rezultata iz ankete, također je proveden T-test (Tablica 10.) Pitanje 2 koje glasi : „Zadovoljan/zadovoljna sam ponudom zabavnih sadržaja u gradu Novalja“ daje nam jasniju odluku o tome da li ćemo prihvatiti ili odbaciti hipotezu H2 koja glasi : „*Ponuda glazbenih festivala te sama ponuda grada Novalje kao turističke destinacije nije zadovoljavajuća.*“ Uz pomoć Likertove skale iz pitanja 2 definiramo cjelokupni stav uzorka. U potpunosti se slaže 41 ispitanik (33,065%), 42 njih se slaže (33,87%), niti se slaže niti se ne slaže njih 36 (29,03%), a ne slaže se samo 5 ispitanika (4,03%). Sukladno tome, H2 odbacujemo. Pitanja o ponudi glazbenih festivala na Zrću, (p3,p4,p5,p6) također se odnose na H2. Pomoću Likertove skale ispitanici su iskazali vlastiti stav o navedenim tvrdnjama te dolazim do zaključka da je velika većina ispitanika zadovoljna samom ponudom festivala. Iz tog razloga odbacujemo H2. Pitanje 14 koje glasi „Manifestacije obogaćuju turističku ponudu otoka Paga i grada Novalje“ također se odnosi na H2, a pomoću Likertove skale iskazan je stav o navedenoj tvrdnji. U potpunosti se slaže 33 ispitanika, 52 ispitanika se slaže, 27 se slaže niti ne slaže, ne slaže se 11 ispitanika, a u potpunosti se ne slaže samo 1 ispitanik. Na temelju statističke obrade, odbacujemo H2.

U programu SPSS se koristio i Cronbach's Alpha koeficijent koji je veći od 0,83 što znači dobru pouzdanost mjerne ljestvice. Obrađena je deskriptivna statistika kojom je izračunata aritmetička sredina, standardna devijacija i zbroj anketiranih turista na svakom od pitanja sa Likertovom skalom gdje vidimo da nisu svi odgovorili na postavljena pitanja. Rotacijskom matricom su obrađena pitanja koja su imala najveću vrijednost. Izračunati su mod, medijan, aritmetička sredina i standardna devijacija, dok je u drugoj tablici proveden T-test kojim smo utvrdili da su varijable statistički značajne za istraživanje.

5.6. Ograničenja istraživanja

Prvo i osnovno ograničenje je mali uzorak od 124 ispitanika te nedovoljno poznavanje engleskog jezika. Zbog malog uzorka nije se mogla dobiti šira i objektivnija slika što zapravo turisti misle o Novalji i njejoj turističkoj ponudi. Pošto su ciljane skupina

strani turisti, anketa je napisana na stranom jeziku. Istraživanje se provodilo u periodu kad Novalju posjećuje najveći broj talijanskih turista jer tada imaju svoj blagdan, „Ferragosto“ (talijanski naziv za blagdan Velike Gospe, a brojni Talijani u to doba odlaze na godišnje odmore). Jedno od ograničenja istraživanja je što nisu svi ispitanici odgovorili na pitanja vezana za ponudu glazbenih festivala kao ni za kvalitetu usluga u klubovima na plaži Zrće, s naglaskom da ih nisu posjetili. Također, na skupinu pitanja vezana za utjecaj manifestacija na samu Novalju i otok Pag nisu svi ispitanici odgovorili s pretpostavkom da ih to ne zanima ili nisu razumjeli pitanje. Nedovoljna zainteresiranost i motiviranost za ispunjavanje također je ograničenje. Anketa se dijelila u kafićima, na plažama i u smještajnim jedinicama.

6. ZAKLJUČAK

Danas je festivalski turizam u velikom usponu i čini 30% udjela u cijelom turizmu. Glazbeni festivali kao kategorija kulturnog proizvoda, postali su dio ekonomske strategije utvrđene na turističkom i regionalnom razvoju. Za neke turiste, oni predstavljaju dodatni sadržaj, dok za druge motiv dolaska u destinaciju. Novalja se diferencira na tržištu kao otočna destinacija koja pruža nebrojene užitke svima onima koji traže mir, prirodu i kristalno more, ali i onima koji teže za kulturnim, sportskim i zabavnim događajima. Plaža Zrće je „Ibiza u malom“, a prepoznaje se po energiji i atmosferi koju je Ibiza komercijalizacijom izgubila. Zrće se odličnom promocijom izdvojilo od drugih destinacija i trenutno spada u top 5 svjetskih destinacija za mlade. Festivali poput Hideout-a, Sonusa, Fresh Island Festivala, žanrovski različiti, privlače raznovrsnu publiku. Novalja je u ne takvoj dalekoj prošlosti bila destinacija okrenuta obiteljima, ali ubrzano ulaganje u Zrće, izgradnja sve većeg broja disco-klubova i popratnih atrakcija na plaži, dovođenje svjetski poznatih imena, uz dobru promociju u Hrvatskoj i u svijetu, dovela je mlađu populaciju. Najbolja promocija su preporuke zadovoljnih gostiju. Posljednjih osamnaest godina grad Novalja i Zrće postali su sinonim zabavnog dijela hrvatske turističke ponude. Sve veća usmjerenost je na ekološki i održiv suživot ugostitelja, hotelijera, privatnih iznajmljivača, različitih profila gostiju i domicilnog stanovništva. Novalja se izdvojila od konkurencije, stekla imidž glavne „party“ destinacije te upravo time privukla veliki broj mladih gostiju. Plažu Zrće i noćne klubove svakog ljeta posjeti preko 500 000 ljudi iz više od 80 zemalja svijeta. Popularni izvođači, širok asortiman ponude zabave i mnogobrojnih atrakcija, ljepota plaža i prirodnog krajolika samo su neki od motiva dolaska turista u ovu destinaciju. Glavni ciljevi razvoja turističkog sektora su obnova, potpunija valorizacija i zaštita turističkih potencijala te izgradnja novog turističkog identiteta grada Novalje. U tijeku je planiranje i izvedba više projekata iz različitih domena za koje se može očekivati da će bitno pridonijeti diversifikaciji i kvaliteti turističke ponude grada Novalje u budućnosti. Dobra prometna povezanost, konstantna i brojna financijska ulaganja u modernizaciju plaže Zrće, izgradnja novih i luksuznijih smještajnih jedinica dovodi do zaključka da Novalja ima velik potencijal za nastavak ovog uspješnog kulturnoglazbenog i otočnog turizma u budućnosti čiji je glavni cilj imati sezonu

najmanje 5 mjeseci. Novalju su prepoznali najveći festivalski organizatori i potencijalni investitori, no međutim potrebna je bolja i jača komunikacija s državnim institucijama te Hrvatskom turističkom zajednicom (HTZ) koji bi trebali dati jaču potporu.

U Varaždinu, 17. 06. 2020.

Amija Vukosavić

7. LITERATURA

Knjige :

1. Dulčić, A.,(2011), *Upravljanje razvojem turizma*, Mate d.o.o., Zagreb.
2. Jelinčić, D. (2008.), *Abeceda kulturnog turizma*, Meandarmedia. Zagreb.
3. Đukić-Dojčinović, V., (2005.), *Kulturni turizam – menadžment i razvojne strategije*, Beograd, Clio.
4. Richards, B. (1997.), *Marketing turističkih atrakcija, festivala i posebnih događanja*, Zagreb, Potecon.
5. Van Der W., Carlos B. R., (2008.), *Event management, - Upravljanje događanjima*, Mate, Zagreb.
6. Čavlek, N. Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O. i sur. (2011.), *Turizam : ekonomske osnove i organizacijski sustav*, Zagreb, Školska knjiga
7. Golja, T. (2017.) *Odabrane teme suvremenog menadžmenta u kulturi i turizmu*, Pula : Sveučilište Jurja Dobrile.
8. Čorak S.(2011.), *Izazovi upravljanja turizmom*, Institut za turizam.
9. Čorak, S., Trezner, Ž. (2014). *Destinacijske menadžment kompanije*, Priručnik za uspješno poslovanje i marketing u turizmu posebnih interesa, Zagreb, Hrvatska turistička zajednica.
10. Vranešević, T., (2007.), *Upravljanje markama*, Accent, Zagreb,
11. Gračan D., Rudančić-Lugarić A., *Konkurentnost turističke destinacije –studija slučaja Riječki karneval*, Ekonomski vjesnik, br. 1/2013, str. 271-282.
12. Tomljenović, R, (2006.), *Hrvatski turizam – plavo, bijelo zeleno*, *Kulturni turizam*, Institut za turizam., Zagreb, str. 119.
13. Vlada Republike Hrvatske – Ministarstvo turizma, (2003.), *Strategija razvoja kulturnog turizma*, Zagreb.
14. Picard, S. H. (2011.), *Cultural Values of Landscape* (Doctoral dissertation, University of Otago).
15. Andriotis, K. (2001.), *Tourism planning and development in Crete: Recent tourism policies and their efficacy*, *Journal of Sustainable Tourism*, 9(4), 298 – 316
16. Hughes, Howard (2000.), *Arts, Entertainment and Tourism*, Oxford: ButterworthHeinemann.

17. Jelinčić, D. (2010.) *Kultura u izlogu*, Zagreb: Meandermedia.
18. Jia, Hongyan (2009.), „*Stvaranje destinacija književnog turizma*“, *Turizam*. 57/1: 65-79.
19. Getz, D.: *Event tourism (2007.)*, *Definition, revolution, and research*, Elsevier, Amsterdam.
20. Jovanović, V., Deliće, U. (2010.), *Karakteristike manifestacija i njihov utjecaj na razvoj turizma u Srbiji*, Singidunum revija, Beograd.
21. Trošt Lesić, K. (2014.) : *Definicija festivala i manifestacija*, Predavanje iz kolegija Planiranje i organizacija kulturnih manifestacija, Pula
22. Trošt Lesić, K. (2014.) : *Učinci manifestacija i metode mjerenja*, Predavanje iz kolegija Planiranje i organizacija kulturnih manifestacija, Pula
23. Presenza, A., Iocca, S. (2012.): *The weight of stakeholders on festival management. The case of music festivals in Italy* // *Pasos-Revista de Turismo y Patrimonio cultural*. Vol 10 No. 2, pp. 25-35
24. Sharma, A., Sharma, A., Sharma, V. (2013.), *Sustaining corporate identity through better public relations* // *American International Journal of Research in Humanities, Arts and Social Sciences*, Vol. 4, No. 2, pp. 163-16
25. Wrathall, J., Gee, A., (2011.), *Event Management theory and practice*, McGraw-Hill, North Ryde, Prvo poglavlje

Znanstveni članci :

1. Gibson, Conell. 2005. *Music Tourism: On the road again*. Clevedon: Channel View Publications
2. Masterplan turizma Grada Novalje – Strateški plan destinacije do 2025.
3. Kušen, E. (2003.) *Funkcionalna klasifikacija turističkih atrakcija* // *Turizam* : stručni časopis za turistička pitanja.
4. Kurečić P, kolegij *Turizam, razvoj i turistička politika*, nastavni materijal ak.godina 2018./2019. Sveučilište Sjever

Internetski izvori :

1. Tomorrowland: <https://www.tomorrowland.com/en/festival/welcome>, <https://www.festicket.com/festivals/tomorrowland/> (15.11.2019.)
2. Exit festival : <https://www.exitfest.org/> (20.01.2020.)
3. Sarajevo Film Festival : <https://www.trt.net.tr/hrvatski/kultura-turizam-i-umjetnost-1/2019/08/16/pocinje-25-izdanje-sarajevo-film-festivala-ljubitelji-sedme-umjetnosti->

[ocekuje-270-filmova-1253659,https://sarajevo.travel/ba/sta-raditi/sarajevo-film-festival/155](https://sarajevo.travel/ba/sta-raditi/sarajevo-film-festival/155) (11.10.2019.)

4. Filmski Festival u Cannesu : <https://hdfd.hr/>, <http://www.elle.hr/lifestyle/sve-sto-moramo-znati-prije-pocetka-filmskog-festivala-u-cannesu-2019-godine> (11.1.2020.)

5. Oktoberfest:<http://hrbackpacker.com/zanimljivosti/?vrijednost=Oktoberfest>, (11.10.2019.)

6. St' Patrick's Day : <http://www.geografija.hr/svijet/st-patricks-day/>, <https://www.dalmacijadanas.hr/dan-svetog-patrika-usprkos-vremenu-danas-je-dan-za-irsko-pivo-glazbu-i-dobru-zabavu> (8.10.2019.)

7. Špancirfest : <https://spancirfest.com/> (15.1.2020.)

8. Dubrovačke ljetne igre : <http://www.dubrovnik-festival.hr/hr/o-nama> (15.1.2020.)

9. Porcijunkulovo : <https://medimurje.info/wp/porcijunkulovo/> (16.1.2020.)

10. Splitsko ljeto : <https://visitsplit.com/hr/1295/splitsko-ljeto> (12.1.2020.)

11. Ultra Europe Split : <https://www.index.hr/magazin/clanak/Ultra-Europe-Najveci-glazbeni-dogadaj-u-povijesti-Hrvatske-dolazi-u-Split/649465.aspx>, <https://www.slobodnadalmacija.hr/dalmacija/split/clanak/id/608774/ultra-ipak-seli-s-poljuda-na-park-mladezi-vec-su-poceli-pregovori-s-javnom-ustanovom-koja-upravlja-stadionom-iz-banovine-je-nemoguće-dobiti-informaciju-jednako-tajnoviti-i-u-rnk-split> (6.11.2019.)

12. InMusic festival : <https://withlonca.com/festivali/inmusic-festival/>, <https://www.inmusicfestival.com/about>, <https://dnevnik.hr/showbuzz/clubzone/kultni-britanski-casopis-inmusic-festival-je-najbolji-festival-u-europi---552707.html> (4.11.2019.)

13. Fresh Island Festival : <https://www.buro247.hr/dogadanja/vijesti/novo-izdanje-festivala-fresh-island-u-hrvatsku-dovodi-zvijezde-hip-hop-scene.html>, <https://poslovnipuls.com/2015/02/26/intervju-adnan-mehmedovic-otkriva-sve-o-industriji-party-turizma-na-zrcu/>, (21.11.2019.)

14. Profil porošača Fresh Island Festivala : <https://www.vecernji.hr/showbiz/fresh-island-festival-u-brojkama-1323953>, <https://www.liberal.hr/hip-hop---razvoj-jedne-ulicne-kulture-po-principima-slobodnog-trzista-569> (23.11.2019.)

15. Hideout Festival : <https://www.livecamcroatia.com/hr/event-site/Hideout-festival> (13.11.2019.)

16. Profil potrošača Hideout Festivala : <https://visitnovalja.hr/adrenalinski-i-vodeni-sportovi/>

(25.11.2019.)

17. Turizam danas : <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=62763>

(10.02.2020.)

18. Kulturni turizam : <http://www.kulturni-turizam.com/hrv/sadrzaj/okulturnomturizmu/>

(13.02.2020.), <https://spasimobisevo.org/kulturni-resursi-kao-cinitelj-turisticke-ponude-u-21-stoljecu/> (13.2.2020.)

19. Glazbenokulturni turizam:

https://www.turistplus.hr/hr/glazbeni_festivali_sve_jaca_karika_hrvatskog_turizma/2479/12

(23.01.2020.), <https://www.turizmoteka.hr/vijesti/hrvatska/glazbeni-festivali-i-turizam/>

(14.02.2020.)

20. Utjecaj festivala na razvoj turističke destinacije :

<https://www.jutarnji.hr/spektakli/nepoznate-fotografije-zrca-kako-je-zapravo-poceo-turizam-na-danasnjoj-najpopularnijoj-plazi-za-partijanere/289246/> (01.02.2020.)

POPIS SLIKA :

Slika 1. Sarajevo Film Festival

Slika 2. Oktoberfest

Slika 3. St. Patrick's Day Parade 2019.

Slika 4. Ultra Europe, Split

Slika 5. Fresh Island Festival

Slika 6. Hideout festival u Papayi 2016. godine

Slika 7. Bungee jumping

Slika 8. Područje grada Novalje

Slika 9. Trajektna linija Prizna-Žigljen

Slika 10. Paške ovce

Slika 11. Gradski muzej Novalje

Slika 12. Klub Noa

- Slika 13. Spol ispitanika
- Slika 14. Dob ispitanika
- Slika 15. Status zaposlenja
- Slika 16. Mjesečna primanja ispitanika
- Slika 17. Broj dolazaka
- Slika 18. Smještaj ispitanika
- Slika 19. Kriteriji odabira smještaja
- Slika 20. Zadovoljstvo smještajem
- Slika 21. Mjesto prehrane tijekom boravka u Novalji
- Slika 22. Saznanje za Novalju
- Slika 23. Duljina boravka ispitanika u Novalji
- Slika 24. Razlog dolaska u Novalju
- Slika 25. Boravak na plažama u Novalji
- Slika 26. Zadovoljstvo ponudom zabave, rekreacije, jela i pića te ljepotom plaža Novalje
- Slika 27. Zadovoljstvo ispitanika domaćinima
- Slika 28. Izdaci ispitanika za vrijeme boravka u Novalji
- Slika 29. Vrsta prijevoza za vrijeme boravka u Novalji
- Slika 30. Moguća preporuka Novalje
- Slika 31. Pristupačnost cijena hrane i pića / Zadovoljstvo ponudom zabavnih sadržaja grada Novalje
- Slika 32. Ponuda i kvaliteta usluga na glazbenim festivalima

POPIS TABLICA :

Tablica 1. Marketing turističkih atrakcija, festivala i posebnih događanja

Tablica 2. Zemlja dolaska ispitanika

Tablica 3. Manifestacije

Tablica 4. Promjena u sadržaju turističke ponude grada Novalje

Tablica 5. Likertova skala

Tablica 6. Cromabch's Alpha koeficijent

Tablica 7. Deskriptivna statistika

Tablica 8. Rotacijska matrica

Tablica 9. T-test (hipoteza 1)

Tablica 10. T-test (hipoteza 2)

ANKETNI UPITNIK

THE IMPACT OF THE MUSIC FESTIVAL ON THE DEVELOPMENT OF NOVALJA AS A TOURIST DESTINATION

The data collected by the following questionnaire are **anonymous** and will be used as basis of the research for the graduation thesis „The impact of the music festival on the development of Novalja as a tourist destination “ at University North in Varaždin, Croatia. **Thank you for your participation! Anja Vukasović**

1. What is your gender?
 - a) Male
 - b) Female
 2. How old are you?
 - a) 16-19
 - b) 20-23
 - c) 24-26
 - d) 27-30
 - e) 31-34
 - f) 35-38
 - g) 39-42
 - h) more than 43
 3. What is your employment status?
 - a) Student
 - b) Employed
 - c) Unemployed
 4. What is your monthly income?
 - a) less than 500 euros
 - b) 500-800 euros
 - c) 801-1000 euros
 - d) 1001-1500 euros
 - e) 1501-2000 euros
 - f) more than 2000 euros
 5. What country do you come from?
-

(fill in the gap)

6. How many times have you already been to Novalja?
 - a) This is my first time
 - b) Twice
 - c) Three times
7. What type of accommodation are you staying in?
 - a) Hotel
 - b) Hostel
 - c) Apartment
 - d) Room
 - e) Other
8. What is the most important requirement when choosing your accommodation?
 - a) Price
 - b) Location
 - c) Quality of accommodation (e.g. amenities, appearance, comfort)
 - d) Proximity to entertainment spots
 - e) Peace and quiet
9. Are you satisfied with the chosen accommodation?
 - a) Yes
 - b) No
10. Where do you usually eat in Novalja?
 - a) Local restaurants
 - b) Fast-food
 - c) Own kitchen
11. How did you find out about Novalja?
 - a) Internet
 - b) Tv
 - c) Friend's recommendation

d) Travel agencies

12. For how long are you staying in Novalja?

- a) up to 3 days
- b) 4-7 days
- c) more than 7 days

13. I'm in Novalja solely because of:

- a) festivals and entertainment
- b) sea, sun and beautiful nature
- c) traditional cultural heritage
- d) interesting and autochthonous gastronomy
- e) all of the above

14. During your stay here, how often are you used to go to a beach to just relax?

- a) Everyday
- b) Sometimes
- c) Rarely

15. Are you satisfied with the beauty of the beaches of Novalja and with entertainment, recreation, food and drinks that are offered there?

- a) Yes
- b) No

16. How would you describe your hosts?

- a) Easy-going, friendly, warm, helpful, ready to hang out with tourists
- b) Inaccessible, inhospitable, uncommunicative, antipathetic, reserved

17. How much money do you plan to spend during your stay in Novalja?

- a) less than 300 eur
- b) 300-500 eur
- c) 501-800 eur
- d) 801-1000eur
- e) 1001-1500eur

- f) 1501-2000eur
- g) 2001-2500eur
- h) more than 2.500eur

18. What type of transportation do you use while staying in Novalja?

- a) Public transport
- b) Taxi
- c) Own transport
- d) Rent-A-Car
- e) Rent-A-Bike
- f) Rent-A-Scooter
- g) Other

19. Are you likely to recommend Novalja to a friend?

- a) Yes
- b) No

20. Rate from 1 to 5 the following statements, with a score of 1 being the lowest possible and 5 being the highest possible rating given:

| | | |
|---|--|-------------------|
| A | Food and beverage prices at restaurants are generally affordable for me. | 1 – 2 – 3 – 4 – 5 |
| B | I am satisfied with the range of entertainment in Novalja. | 1 – 2 – 3 – 4 – 5 |

21. Rate from 1 to 5 clubs on Zrće beach, with a score of 1 being the lowest and a score of 5 being the highest possible rating given:

Offer of music festivals

| | |
|---------|-------------------|
| Kalypso | 1 – 2 – 3 – 4 – 5 |
| Papaya | 1 – 2 – 3 – 4 – 5 |

| | |
|----------|-------------------|
| Aquarius | 1 – 2 – 3 – 4 – 5 |
| Noa | 1 – 2 – 3 – 4 – 5 |

Quality of service (offer of beverages, food, ambience etc.)

| | |
|----------|-------------------|
| Kalypso | 1 – 2 – 3 – 4 – 5 |
| Papaya | 1 – 2 – 3 – 4 – 5 |
| Aquarius | 1 – 2 – 3 – 4 – 5 |
| Noa | 1 – 2 – 3 – 4 – 5 |

22. Give your opinion, rate from 1 to 5 the following statements, with a score of 1 being the lowest possible score and 5 being the highest possible rating given:

| | | |
|---|--|-------------------|
| A | Organized touristic events help the local community in widening their worldviews. | 1 – 2 – 3 – 4 – 5 |
| B | Organized touristic events contribute to job creation for the local population. | 1 – 2 – 3 – 4 – 5 |
| C | Organized touristic events contribute significantly to tourism promotion of the Island of Pag and the Town of Novalja. | 1 – 2 – 3 – 4 – 5 |
| D | Organized touristic events enrich the touristic offer of the Island of Pag and the Town of Novalja. | 1 – 2 – 3 – 4 – 5 |
| E | Organized touristic events raise the standard of living of the local community. | 1 – 2 – 3 – 4 – 5 |
| F | Organized touristic events impact the economy of Novalja significantly. | 1 – 2 – 3 – 4 – 5 |
| G | Organized touristic events cause the increase in level of crime and criminal behaviour. | 1 – 2 – 3 – 4 – 5 |
| H | Organized touristic events cause the significant environmental pollution. | 1 – 2 – 3 – 4 – 5 |

| | | |
|---|---|-------------------|
| I | Organized touristic events impact the way the local community lives. | 1 – 2 – 3 – 4 – 5 |
| J | Organized touristic events have more bad effects for the local community than good. | 1 – 2 – 3 – 4 – 5 |
| K | Organized touristic events endanger the authenticity and tradition and are harmful to local patrimony. | 1 – 2 – 3 – 4 – 5 |
| L | Organized touristic events and festivals encourage construction of infrastructure such as sports fields, restaurants, campsites, accommodation facilities etc | 1 – 2 – 3 – 4 – 5 |
| M | Organizing touristic events and festivals resulted in the excellent promotion of Novalja on the touristic market as a clubbing destination. | 1 – 2 – 3 – 4 – 5 |
| N | Organizing touristic events and festivals rose the price of accommodation rentals in Novalja and the Island of Pag. | 1 – 2 – 3 – 4 – 5 |
| O | Organized touristic events and festivals cause bustle and noise inside the mere Town of Novalja which is the cause of the outcry of the local community. | 1 – 2 – 3 – 4 – 5 |
| P | Organizing touristic events and festivals caused problems with waste disposal on the Island of Pag. | 1 – 2 – 3 – 4 – 5 |
| R | Organized touristic events and festivals caused the deterioration of the local landscape and appearance of the Town of Novalja. | 1 – 2 – 3 – 4 – 5 |

23. What would you change about the content of Novalja touristic offer?

Thank you!



**IZJAVA O AUTORSTVU
I
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU**

Završni/diplomski 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, ANJA VUKASOVIĆ (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica ~~završnog~~/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom Utjecaj glazbenog festivala na razvoj Novalje kao turističke destinacije (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Anja Vukasović
(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, ANJA VUKASOVIĆ (ime i prezime) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom ~~završnog~~/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom Utjecaj glazbenog festivala na razvoj Novalje kao turističke destinacije (upisati naslov) čiji sam autor/ica.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Anja Vukasović
(vlastoručni potpis)